



EX LIBRIS

EX LIBRIS

ATR

Adolescentes
a todo ritmo
Drogas y alcohol
en las clases
medias altas

Fernando "Chino" Navarro (dir.)



IJÓVENES



Navarro, Luis Fernando

ATR. Adolescentes a todo ritmo. Drogas y alcohol en las clases medias altas / dirigido por Luis Fernando Navarro. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Marea, 2019.

144 p.; 24 x 16 cm.

ISBN 978-987-8303-05-5

1. Informes de Investigación. 2. Juventud. 3. Adicciones. I. Navarro, Luis Fernando, dir. II. Título.

CDD 361.3

Edición: Constanza Brunet
Corrección: Marisa Corgatelli
Diseño de tapa e interiores: Hugo Pérez
Fotografía de tapa: Maurício Mascaro/Pexels

© 2019 Instituto de Investigación sobre Jóvenes, Violencia y Adicciones de la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires

© 2019 Editorial Marea SRL

Pasaje Rivarola 115 – Ciudad de Buenos Aires – Argentina

Tel.: (5411) 4371-1511

marea@editorialmarea.com.ar

www.editorialmarea.com.ar

ISBN 978-987-8303-05-5

Depositado de acuerdo con la Ley 11.723.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento sin permiso escrito de la editorial.

Impreso en Argentina – *Printed in Argentina.*

EQUIPO DE TRABAJO

IJÓVENES

Instituto de Investigación sobre Jóvenes, Violencia y Adicciones
de la Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires

Presidente: Fernando “Chino” Navarro

Vicepresidenta: Nancy Monzón

Vicepresidenta 1ª: Eva Ramírez

Secretario Ejecutivo: Alfredo Fernández

Director de investigación territorial: Cristian Alarcón

Equipo de Secretaría General

Alejandra de Grandis, Analía de Simón, Gabriela Kourtis,
Juana Sena, María Eugenia Rego, Nicole Jalof, Andrés Mecha

Equipo de Investigación Territorial

Dirección: Cristian Alarcón

Coordinación: Sebastián Hacher

Investigadores: Matías Máximo, Sebastián Ortega,
Emilia Erbetta, Alejandro Marinelli y Melisa Marturano

Si “dársela en la pera” es entregarse al consumo hasta cruzar el límite de lo que el organismo resiste (la metáfora del cuerpo que cae hacia delante), “a todo ritmo” (ATR) es el movimiento intenso y constante. Es el encuentro, la gira, el baile, el consumo maratónico de datos, objetos, sustancias y cuerpos.

“Al borde del ACV, pero siempre ATR”. Alguien tuvo el ingenio de inventar esa frase para que miles de jóvenes la viralizaran en las redes, la repitieran en tuits, fotos, videos, placas y remeras. Aquí también desafiar al cansancio y consumir con desenfreno es el camino para enfrentar el dolor de vivir.

*En nuestra anterior investigación, convertida en el libro *Dársela en la pera*, nos pusimos cara a cara con vidas de jóvenes de barrios populares.*

En ATR nos encontramos con la angustia existencial de jóvenes de clases medias altas y descubrimos que, aunque sus adultos a veces se preocupan porque tengan la “agenda completa”, esa angustia tiene muchísimo de soledad y de aburrimiento.

PRÓLOGO

“¿Y qué pasa con los jóvenes de clase media y alta?”
Nos hacían la pregunta una y otra vez, cuando hablábamos de nuestro primer libro, *Dársela en la pera*, en el que contamos cómo los consumos, la violencia y las adicciones atraviesan las vidas de jóvenes de barrios populares.

Teníamos percepciones y opiniones, pero era apresurado aventurar una respuesta cuando recién comenzábamos a investigar el tema.

Luego de un año y medio de trabajo, lo que aprendimos y conocemos de las vidas de jóvenes de clase media y alta está en este nuevo libro de *IJÓVENES*. En *ATR* empezamos a encontrarnos con los testimonios y las realidades que nos permiten ensayar respuestas para aquella pregunta.

Nuestras sociedades están atravesadas por la pulsión del consumo. Quizá nunca como antes, el consumo se construye e instala como una realidad definitoria y constitutiva de la identidad y la existencia de las personas.

Consumo, luego existo. No se trata solo de sustancias prohibidas. Amor, familia, diversión, amistad, soledad, trabajo, comunicación, pertenencia y exclusión son definidas por esa lógica.

Por eso el problema del alcohol, instalado como sustancia indispensable para la diversión, se presenta tanto entre jóvenes de Fiorito como de Nordelta.

Eso no quita que el poder adquisitivo marque claras diferencias. También, la manera en que madres y padres se relacionan con sus hijos y proyectan sus vidas, según sus diferentes situaciones sociales. No es igual la soledad del pibe de la esquina de barrio que la del que es obligado a ir a estudiar a Boston por una tradición familiar.

Pero el mejor camino para comprender semejanzas y diferencias, para tomar real dimensión de la situación en la que estamos y de cómo llevan adelante sus vidas las pibas y pibes de clase media y alta, es conocer, investigar, aprender, recurrir a sus voces, las de quienes conviven con ellos y de quienes estudian su realidad.

Las redes como espacios de construcción de la existencia, la relación restringida y mediatizada con el espacio público, la soledad y el manejo del dinero, las fiestas, los UPD, los boliches y las previas eternas, alcohol, porros y pastillas como consumos inherentes a la diversión, el paso del “niño rata” al adolescente real, sus vidas en la familia y en la escuela, el vínculo con el propio cuerpo y con los otros, y el amor en los tiempos de las redes son algunas de las cuestiones con las que podrán encontrarse en este libro.

Se ha señalado en diversas oportunidades la selectividad de la organización social y del sistema de prohibiciones y penalizaciones. También, que el discurso mediático predominante tiende a reafirmar la estigmatización, la fragmentación y el establecimiento de guetos con cada vez menos comunicación entre sí. Pero eso no sucede de manera absoluta y los

distintos mundos se comunican. Que luego de *Dársela en la pera* presentemos este segundo libro sirve para investigar y alumbrar un relato de lo que se intenta comprender, pero no significa que pensemos que esté partida en dos la realidad. No solo existen pibes y pibas de barrios populares por un lado y de clase media y alta por el otro.

Hay una amplísima franja de jóvenes que, por la situación económica y social de sus familias y por la ubicación de los barrios que habitan, desde su propia identidad mantienen nexos múltiples con las realidades que relatamos en uno y otro libro. Saben de las matinés de los principales boliches, de las fiestas de los clubes de rugby o llegan a juntadas en casas de pibes de clase media alta, pero tienen también sus propios circuitos y lugares en sus barrios y desde allí también se asoman a lo que se vive en los sectores populares. No se nos escapan sus voces, venimos investigando su realidad y seguramente serán motivo de nuestras próximas publicaciones.

Ahora los invitamos a conocer *ATR*, a ver qué les pasa a las pibas y pibes que no tienen las dificultades económicas de sus familias como primer condicionante. Creemos que despertará en ustedes la avidez de leerlo “a todo ritmo”, pero también pretendemos que sirva para pensar con calma en cómo viven personas que no deberían resultarnos ajenas ni lejanas.

Por último, cabe volver a preguntarnos para qué sirve que investiguemos. Si bien ha crecido la conciencia respecto de la necesidad de políticas de Estado consensuadas y compartidas en estas cuestiones, aún siguen estando relegadas del centro de la agenda pública. Aparecen en el debate a partir de hechos trágicos y de manera sesgada, y la falta de una visión

integral tiene como correlato la insuficiencia de las políticas públicas. Necesitamos que las decisiones políticas respondan más a un conocimiento profundo de los problemas que a las urgencias que marcan los zócalos de los canales de noticias.

En nuestro trabajo, seguimos poniendo el eje en las personas y no en las sustancias. Seguimos creyendo que cada joven necesita oportunidades y manos tendidas. Conocer y aprender es esencial para poder brindárselas. Allí reside la razón de ser de IJÓVENES.

—FERNANDO “CHINO” NAVARRO

CAPÍTULO 1

La red, el lugar de los vínculos sociales

“SIN LAS REDES NO EXISTÍS”

Cuerpos trabajados en la playa, una caminata por las salinas, adolescentes con trajes de neoprene posando junto a las tablas de surf, unas *caipirinhas*. La cuenta de Instagram de Martín muestra la vida pública de un adolescente viajero y amante de la noche que vive rodeado de amigos.

Martín tiene diecisiete años y cursa el último año en una secundaria privada de City Bell. Cada vez que viaja con su familia o con amigos sube fotos a las redes. Es la huella, la marca de que estuvo ahí.

Para Sabrina, preceptora del colegio en el que cursa Martín, la noche de los chicos puede seguirse a través de las *stories* de la red social Instagram. “Es como una película que empieza cuando se están cambiando, sigue en la casa en la que se juntan a chupar, después los ves borrachos arriba del *remise* y terminan quebrando en el boliche. Toda la noche está televisada a través las redes”. Francisco, preceptor de un curso de 3^{er} año en un colegio parroquial de San Isidro, dice que entre sus alumnos es igual: “La idea es que esté todo registrado, en Instagram podés ver cómo un chico o una

chica, desde el primer trago, va desbarrancando hasta que quiebra –cuenta–. Ellos saben que nosotros los podemos ver y eso también les gusta, los hace sentirse importantes”.

La vida pasa por las pantallas: las salidas se organizan por Instagram, Snapchat o WhatsApp. Después, algunas de esas actividades quedarán registradas: besos, tragos, bailes, peleas, abrazos y juegos serán retransmitidos por las redes.

“Sin las redes no existís”, dice Rocío. Tiene catorce años y vive en Ramos Mejía. Hace apenas unos meses sus padres le permitieron tener celular y abrir una cuenta de Instagram. Tiene 300 seguidores, una cifra bastante lejana a las de un adolescente exitoso en las redes. “A mí no me importa demasiado, uso la cuenta para mirar más que nada y no tanto para subir cosas. Para las más conocidas es el centro de sus vidas”, dice.

Para Joaquín Linne, sociólogo e investigador sobre tecnologías de información y comunicación, lo que se pone en juego en las redes es la “multitud”: “La construcción múltiple que los adolescentes hacen entre pares: comparten algunos aspectos de su intimidad como una performance y con conciencia de esa construcción que están haciendo. No muestran todo sin discriminación, hacen un recorte, pero la instancia copresencial para ellos sigue siendo fuerte”.

Por eso, Linne cuestiona la idea de que “sin las redes no existís”. Y aclara: “Las redes tienen la potencia amplificadora del juego público: subo una foto y a las dos horas la vieron 1500 personas. Como a los quince o dieciséis años los chicos no tienen su subjetividad ni su mundo copresencial del todo desarrollado, esa potencia de los 1500 vistos en dos horas es difícil de empatar desde lo *offline*. Sus contactos y seguidores

son su audiencia y por eso ponen en juego una performance, pero que tiene que ver con su verdadera identidad”.

“SE CONSTRUYEN A SÍ MISMOS”

Como parte de esas performances que se ponen en juego, las redes sirven para construir jerarquías sociales. Las cuentas de los chicos “populares” de clases medias y medias altas del Conurbano bonaerense tienen denominadores comunes: miles de seguidores, pocos contactos seguidos y una exposición constante del cuerpo y de los hábitos que indica un determinado estatus: playas paradisíacas, deportes en la nieve, viajes a New York o Europa, celulares caros y ropa de marca. Los cuerpos trabajados, con chicas en bikini y varones mostrando los abdominales, son otros de los requisitos para pertenecer a esa categoría.

Hay algo de la lógica del consumo que se traslada a la imagen sobre sí mismos que los adolescentes construyen en ese escenario virtual. “Es como si vivieran en verano, porque siempre suben fotos en la playa o la pileta. Viajan mucho, los que no fueron a Disney son contados. La ropa también importa: si no usás marca, sos un poco lo menos. Nosotros tenemos un compañero que no tiene mucha plata y le dicen que es negro, que es pobre. Si tenés zapatillas Adidas truchas sos lo menos, y si no usás Abercrombie lo mismo”, cuenta Rocío.

“Es insoslayable que un pibe a los quince quiere mostrarse, exhibirse. Es un mostrarse que está calculado estéticamente, desde una estética poco grosera. Están entrenados en cómo componer el cuadro, el derrape está calculado”, explica Ingrid

Sarchman, licenciada en Comunicación, docente e investigadora en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Coincide con el doctor en Ciencias Sociales y profesor de Historia de la UBA Pablo Vommaro: “Los jóvenes tienen estrategias para saber qué mostrar y qué ocultar. No están mintiendo, es una ficcionalización del ser, están produciéndose a sí mismos. Las redes sociales potencian esto, han interpretado muy bien la subjetividad contemporánea, porque te incentivan a construir estrategias para mostrarte ante otros”.

CONSUMIR Y SER CONSUMIDO

Ser popular durante la escuela secundaria es un factor que pesa. El cuerpo y los modelos de belleza hegemónicos –la delgadez es uno de los capitales sociales más valorados– influyen en el nivel de popularidad. “Hay quienes le dan bola a eso y otros que no tanto, pero para la vida social es importante. Las redes, las fotos que subís y los *likes* que conseguís influyen”, dice Carmen, que vive en Castelar y tiene diecinueve años. A pesar de que terminó la escuela hace dos años y está estudiando en la universidad, todavía no trabaja y su círculo cerrado de amigos es el mismo que el de la escuela secundaria, donde formaba parte de los populares.

“Los cursos siempre están divididos de la misma forma: están los populares, los comunes y los raros, que son más tímidos y no se relacionan mucho. Pero a veces terminás hablando y son pibes como vos, pero no les gusta ser extrovertidos. Es un poco cruel la lógica, sobre todo la de los

supuestos populares porque quizá sin darte cuenta terminás dejando afuera a los otros. Con mi grupo éramos 15 y sé que resaltábamos entre los 110 que éramos en total. No es que nos sentíamos así, pero quizá conocíamos a más gente, o al hacer deportes en distintos clubes esa red de conocidos iba creciendo y así ibas resaltando”, explica.

Sebastián tiene dieciséis años y es alumno de uno de los colegios más caros y conocidos de Castelar. Tiene rasgos delicados, ojos celestes y una melena rubia con rulos que cuida con esmero. “Este corte me lo empecé a dejar el 19 de julio del año pasado, porque ahora están todos con ese corte tipo cresta y más largo en el medio y para el costado, entonces yo me quería diferenciar para no estar igual a todos. Primero me pelé y después se me ocurrió dejármelo más largo y en el verano me empecé a poner un champú con manzanilla y con el sol y la pileta se me aclaró y me quedó así, superrubio. Se ve que llama la atención”, dice.

El cambio de *look* rindió frutos en las redes: en poco tiempo Sebastián pasó de 300 seguidores en Instagram a 900. “Me siguen más chicas que chicos”, cuenta. Todavía no se considera popular. Algunos de sus amigos llegan a tener más de 2000 seguidores. Sebastián sostiene que la popularidad depende de cuánta gente conocés y cuánta gente te conoce. “Yo conozco mucha gente, pero tengo amigos que conocen muchos más, estoy como en el medio, porque también tengo amigos a los que no los conoce nadie. Desde que tengo el pelo así también siento que me conocen más que antes, lo noto con pibes del último año de la escuela que sé que me tienen”, dice.

Es que la popularidad virtual no es más que un reflejo amplificado de lo que pasa en el terreno real. “La vida *online*

es un *continuum* de lo que pasa *offline* –dice Linne–. Hay un filtro que se hace sobre la identidad *online*: todos tienen sus audiencias, que son sus contactos y amigos, y, como todos quieren ser populares y conocidos y sumar cada vez más seguidores, muestran lo que creen que es lo mejor que tienen, su mejor versión, de acuerdo con lo que les gusta o hasta dónde se animan, es estratégico. Los que leen más, muestran más lo intelectual; los que creen que tienen más capital estético, muestran más la corporalidad; los que hacen música, a su banda. Pero la vida *offline* es muy importante y la interacción *online* es la continuidad de lo *offline*”, explica.

“La presencialidad sigue teniendo un poder configurador muy potente y muy importante –señala Vommaro–. Los jóvenes salen y postean todo, pero lo que realmente produce efecto y afecto en ellos es el contacto presencial, corporal, que es lo que les permite generar estrategias de visibilidad. Lo presencial, lo corporal, sigue muy potente para las juventudes y está muy subvalorado porque muchas veces se sobreestima lo digital”, aclara.

“SEGUIME Y TE SIGO”

Parte de la lógica de popularidad, explica Rocío, pasa por “tener muchos seguidores, pero no seguir a mucha gente”. En su curso de la escuela privada a la que va hay un grupo de chicas “populares”, conocidas dentro y fuera del colegio. “Hay una que tiene 11 900 seguidores en Instagram y otra que tiene 19 000 y, por más que seamos compañeras y nos llevemos bien, yo las sigo a ellas, pero ellas no me siguen a

mí. La gracia de ellas es fumar, tomar, mostrarse un poco en bolas y subirlo a Instagram o Snapchat. La idea es hacerlo para que el resto entre a sus cuentas y se entere”, dice.

En esa lógica de tener más seguidores que gente a la que se sigue, hay estrategias aprendidas como usuarios de las redes, como el “yo te sigo y vos me seguís”. Los que buscan ser populares van sumando *followers* y, una vez que consiguen un nuevo seguidor, dejan de seguir a quien los siguió en primer lugar para lograr ese desequilibrio buscado entre seguidores-seguidos. “Así muestran su superioridad, porque generalmente se quedan con los populares y descartan a los ‘normales’, es como que los populares se juntan entre ellos”, dice Lara, que tiene dieciséis años y es alumna de una de las escuelas más conocidas de Ramos.

“El más popular es el que tiene más seguidores y, sobre todo, *likes* en Instagram. En cambio, los más *nerds* seguramente no tengan perfiles muy activos o ni siquiera suban cosas a sus redes”, explica Lara. Como un espejo de su vida social cara a cara, ella se define como “consumidora de lo que pasa en Instagram y Snapchat”. Es decir, mira más de lo que publica. Aun así, tiene pendiente elevar su reputación virtual. “Los más populares tienen 700, 800 *likes* por foto de Instagram. Yo apenas estoy llegando a los 70, pero me gusta subir fotos si salgo, si me voy de vacaciones o a un recital. Me gusta mostrar lo que hago, ver cuántos *likes* consigo y ver si voy progresando y sumando más *likes* a medida que pasa el tiempo”, cuenta.

La popularidad tiene una especie de efecto contagio: los chicos más conocidos transmiten parte de su magnetismo al grupo que los rodea. “Ser lindo es importante para

convertirse en popular, pero si sos medio feúcho, podés conseguir entrar en el círculo de los conocidos y llamar la atención. Por ejemplo, si tenés plata, empezás a pagar salidas o a poner el alcohol para las jodas y vas escalando. Muchos hacen eso para integrarse a los grupos de los pibes con onda y después buscan pasar de ser el ‘amigo de’ a tener su fama propia, a ser ellos los populares reales”, cuenta Lara, que vivió hasta los doce años en el exterior. Cuando la familia volvió al país, el cambio fue brusco: a un año de terminar la secundaria, sigue pagando lo que ella siente como un “derecho de piso”.

Si bien asegura que no le preocupa pertenecer a ese círculo, Lara cree que los chicos populares de su curso tienen un estatus que influye en el día a día. “Uno no quiere quedar excluido, entonces yo soy la que siempre hace la tarea y muchas veces se la he pasado a los populares. Una vez, el pibe más conocido de mi curso me pidió que le pase un punto de una tarea que era en grupo, y me dio cosa decirle que no a él justamente, pero le pedí que no lo copie tal cual, y lo hizo y se me armó quilombo por eso”, relata.

La popularidad puede trascender las fronteras de la escuela o el club: en Temperley los adolescentes hablan de la categoría de “famositos” o farándula: chicos y chicas, reconocidos en el ambiente de los colegios privados y los clubes, con muchos seguidores en redes, que forman una suerte de *jet set* hiperlocal. A ellos los invitan a todo tipo de fiestas y no tienen que pagar. Sonia es una de ellas. Tiene dieciséis años y se hizo conocida porque se viralizó un video suyo teniendo sexo con el novio. Tiempo después, la expulsaron del colegio San Albano porque subió a Snapchat un video “colándole” una pepa en el

ojo a una amiga¹. Pasó por otro colegio, no le gustó, y terminó en el Belgrano.

DE FACEBOOK A SARAHAH

Facebook no es la red social más visitada por los adolescentes de clases medias y medias altas. La usan en general para comunicarse con su familia o con los docentes. La mayoría son más activos en Instagram y Snapchat, que proponen una temporalidad más acorde con el modo en que ellos atraviesan la experiencia.

“En las redes estás todo el día, como que todo pasa por ahí. El Facebook pasó de moda, es como que lo seguís teniendo, pero nadie lo usa, o entrás para tu cumpleaños y mirás si tus viejos te subieron una foto y le das me gusta. Yo lo tengo, pero ni siquiera me lo bajé al celular, lo uso nada más si necesito buscar fotos viejas. Del resto de las redes no te podés desconectar”, cuenta Sebastián. Lara coincide en que “Facebook es más para otra generación, para los papás. No lo cerrás, pero si en el celular no te da la capacidad para tenerlo, no te importa”.

“Los adolescentes de sectores medios migran de Facebook porque ven que es una red social más masiva y es probable que sea un territorio ya ganado por sus padres, entonces hay

1 “Colar una pepa” alude a la forma de administración del LSD en sus distintos formatos. Las vías de administración más usuales y menos riesgosas son la oral y la sublingual. El “colado por el ojo” es una vía más peligrosa porque, a diferencia de la boca, el ojo no está preparado para ninguna clase de ingesta y es susceptible a la invasión de bacterias que pueden provocar infecciones y lesiones.

más control parental, se les puede armar bardo con ellos por lo que suban o escriban porque el mundo adulto tiene el prejuicio, que es más un mito urbano que algo real, de que te pueden contactar, conocer tu intimidad, saber dónde vivís y secuestrarte, entonces se escapan vía Instagram, Snapchat o Twitter. A diferencia de los sectores populares, los pibes de clases medias tienen una cosa más fóbica con la familia y salen en búsqueda de una identidad propia en las redes”, dice Linne.

Si el Instagram sirve para cultivar la popularidad a fuerza de juntar seguidores y *likes*, con el Snapchat se cultiva más un amor propio, porque los otros contactos no pueden ver cuántos amigos o *likes* consigue cada historia que se sube, “es más para medirse uno y ver cuánta gente llega a ver tus *stories* durante el día”, cuenta Lara. Al final de esta investigación, sin embargo, Instagram parece haber tomado algunas de las funcionalidades de Snapchat –incluso la posibilidad de enviar videos efímeros por privado– y las simplificó, desplazando Snapchat a un lugar más marginal.

“La existencia digital se configura a partir de dos dimensiones: la temporal y la espacial”, explica Vommaro. A los jóvenes no les interesa el historial: buscan lo inmediato, lo efímero y lo instantáneo. “Se rompieron las trayectorias de vida lineal, hay otra temporalidad: no trabajan en un mismo lugar, ni se casan para toda la vida. Hay una mayor inseguridad e incertidumbre y una tendencia más a consumir que a realizarse. Esta temporalidad es potenciada por las redes sociales”, sostiene.

Según Lautaro, de diecisiete años, alumno del Estrada de City Bell, Snapchat es la mejor red para encarar. “Ahí, si vos te mandás imágenes con alguien durante más de tres días

consecutivos, empezás a ‘tener fuegos’. Eso es un avance. Cada día que pasa vas sumando. Cuando tenés más de diez fuegos con alguien significa que ‘pasa algo’”, explica. El adolescente muestra su celular: hay varias chicas y chicos con las que tiene más de cien fuegos. “Hay días que le mandás fotos del curso o alguna boludez para no perder los fuegos. La otra persona tiene un rato para contestar: ahí empieza a girar un reloj de arena, y si no te responde pierden los fuegos”, detalla.

Los fuegos en Snapchat o los *likes* en Instagram son solo una forma de saber si la otra persona también está interesada. “Después la ves en el boliche y sabés que tenés chances”. Lautaro acaba de terminar su relación con Juana, compañera del curso. Mientras estaba de novio con ella fue acumulando fuegos con Victoria, también de la misma división, con quien había estado antes de empezar a salir con Juana. “Ahora, por un par de semanas no voy a hacer nada, pero seguro voy a estar con ella porque me gusta mucho”, cuenta. “Ellos saben que la búsqueda sexo-afectiva se trasladó también a lo digital, que es como el nuevo boliche”, dice Linne.

En la cantidad de fuegos del Snapchat también se juega la popularidad: los más conocidos llegan a mantener fuegos con más cantidad de gente que el resto. “Si tenés más de 40 fuegos, te podés considerar popular”, explica Lara.

El ecosistema de redes sociales parece actualizarse continuamente: los chicos y chicas migran de red social en red social –a Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat se suman Ask, Curious Cat, Sarahah y Voxed– en lo que parece una huida hacia formatos más instantáneos, efímeros y anónimos. “Las redes anónimas dejan más espacio para el juego, para probar distintos roles e identidades, desde el género hasta lo

que se te ocurra. Si son chicos simulan ser chicas para ver qué estrategias de seducción ponen otros varones en juego. En redes no atadas al nombre, jugás un rato a ser otro, las chicas se animan a chats más osados, prueban otras cosas, se juega todo el tiempo la tensión entre las tecnologías que te permiten dejar huellas de quién sos y las que no”, explica Linne sobre las nuevas redes.

Ese juego también puede incluir la cara menos divertida del anonimato *online* cuando la máscara virtual es el escondite para ejercer la violencia virtual. Dice Linne: “Las redes permiten que lo que pasa cara a cara en el terreno *offline* continúe como escarnio en lo virtual, y con los mensajes anónimos en las redes es muy fácil hacerlo, porque se puede ser cruel sin poner el cuerpo y los chicos y las chicas son más vulnerables, pero también más crueles. A esa edad están construyendo su subjetividad que no está consolidada, son más vulnerables y buscan más la aceptación: esto pega de lleno en su autoestima”.

LA VÍCTIMA VIRALIZADA: EL *BULLYING* QUE NUNCA TERMINA

Las redes sociales potencian lo que pasa en el aula, en el club, en las fiestas o el boliche: para ser popular en la escuela hay que ser popular en las redes y el *bullying* no termina con el horario de clase, sino que se vuelve continuo porque sigue *online*. Las docentes de La Plata llaman a esta situación la de la “víctima viralizada”.

Las historias de hostigamiento extremo suelen estar relacionadas a la circulación de fotos y videos de tono sexual que

se filtran sin consentimiento de las personas filmadas. El estallido del *bullying* tiene que ver con la pérdida de control del material que en muchos casos fue creado para circular entre pocas manos conocidas.

“Una joven platense de quince años le compartió un video a su novio, en donde se la veía masturbándose. Él lo reenvió y en pocos días se había vuelto viral. La chica se sintió tan señalada que sus padres decidieron mudarse de la ciudad”, cuenta María Laura, profesora de Ciencias Sociales en varias escuelas de la zona sur del Conurbano.

Martín, de diecisiete años, recuerda que por el video de la joven masturbándose hubo intervención judicial en su colegio de City Bell: “Unos chicos estaban esperando que entrara la profesora y, como en todas las aulas hay proyectores, aprovecharon un momento solos para pasar el video. Sacaron una foto, la subieron a las redes y pusieron ‘acá tranca, viendo el video’. Unos padres denunciaron al colegio porque se notaba que el video había sido proyectado en un aula y vino un juez a ver qué pasaba, andaba por los pasillos, hacía preguntas a ver si la profesora había tenido la culpa”.

“En Bella Vista hay mucho pibe pelotudo que le pasa las fotos de la novia a los amigos”, dice Lisandro, de diecinueve años. Recuerda dos casos de videos y fotos viralizados. Uno fue en el colegio San Alfonso y llegó a los medios nacionales. Un chico y una chica de trece y catorce años se escaparon de la misa y tuvieron sexo en el baño de la escuela. “El pibe lo filmó, lo difundió. Fue un escándalo, la chica creo que se fue a vivir a Bahía Blanca”, dice Lisandro. El otro caso fue el de una jugadora de hockey muy popular que le mandó sus fotos

a su novio, “un crack del rugby”. Alguien robó las fotos del celular de ella y las difundió “por todos lados”.

Los docentes notan que esta lógica de las redes hace que el *bullying* crezca a dimensiones difíciles de controlar. “La ‘víctima viralizada’ es aquella que no solo queda rechazada en uno de sus entornos –el colegio, el club o el barrio–, sino que la violencia que recibe llega a niveles que no puede imaginar. Así como las redes se vuelven un núcleo de pertenencia para algunos, para otros generan un temor constante a ser discriminados. Es algo muy difícil de controlar tanto afuera como adentro de las clases”, dice María Laura.

Es que la vida *online* y la vida *offline* se entremezclan y ya no hay lugar a salvo donde los chicos y las chicas puedan refugiarse. Mientras que los adultos aún piensan en términos de un adentro y un afuera de la vida *online*, para muchos adolescentes no hay, en términos de la antropóloga Paula Sibilía, una interioridad, una “intimidad donde recluirse”.

Esta situación explica el criterio –muy celoso– con el que eligen qué parte de sus vidas quieren exponer y cuáles no. Sibilía lo explica así en una entrevista con la investigadora Ingrid Sarchman: “Si la verdad sobre quiénes somos depende de la mirada de los otros, en vez de emanar de las entrañas de uno mismo, entonces el desafío consiste en evitar que los demás vean versiones poco sentadoras del propio perfil. No es casual que esto sea percibido más claramente por las generaciones más jóvenes, porque ellos saben mejor que nadie que su identidad se construye en la mirada ajena. Si los otros detectan algo negativo, el riesgo es enorme porque no hay interioridad ni intimidad donde recluirse. Todo se juega en ese contacto permanente y en la visibilidad. Esto no se

soluciona ocultándose, porque esa opción no parece viable. Creo que los adolescentes son más vulnerables a ese estímulo y por eso le temen a la exposición, no es pudor sino cálculo”.

Cuando el *bullying* cae, dice Scharman, se siente como una espada de Damocles de la que es imposible escapar: sin una subjetividad construida por fuera de las redes no hay lugar donde esconderse.

En las redes se da un manejo del rumor intenso. Hay cuentas dedicadas a la difusión de chismes que se nutren de la información que los mismos pibes acercan por mensajes directos, lo que incluye desde cosas que pasaron el fin de semana en alguna fiesta hasta infidelidades y otras situaciones. Como sirve para acentuar la popularidad de algunos, también es un terreno propicio para el *bullying* virtual. La impunidad que da esconderse detrás de una pantalla hace que los límites para el hostigamiento viral se estiren.

La psiquiatra infanto-juvenil Marcela Armus dice que el *bullying* virtual representa “otra forma de consumo”. “Los chicos no pueden dejar de hacerlo, usan las redes para potenciarlo y no pueden parar. En ese plano, de algún modo, ese *bullying* nunca termina. No solo para el que lo ejerce, sino también para quien lo consume: es un objeto de goce que nunca para”.

Hay otra dimensión que se despliega en este hostigamiento virtual: la cultura machista que pone a las mujeres como los blancos preferidos del *bullying* cuando se relaciona con la vida sexual y la corporalidad (como con el *body shaming*, cuando se ataca a una persona por el aspecto de su cuerpo). “Hay un riesgo en lo virtual y límites que se pasan en lo *online*, como cuando algún chico o chica cuenta alguna cosa medio

íntima para sus amigos y eso se puede viralizar e irse fuera del control del primer círculo de confianza y convertirse en objeto para hacer *bullying*. Lo mismo con temas vinculados a la intimidad sexual: quienes más sufren el patriarcado y todas sus esferas en lo virtual son las mujeres y las minorías sexuales, no hay casos de videos que se viralicen con chicos teniendo sexo o masturbándose, siempre son las mujeres o la comunidad LGTBI los objetivos de esas operaciones”, dice Linne.

El sociólogo explica que a través de las performances en las redes se cristalizan las tensiones de género que se tramitan en la vida *offline*. “Las chicas que más muestran sus cuerpos y viven su sexualidad con más libertad son acusadas de fáciles, tanto por los varones como por otras chicas, y ahí entra en tensión este paradigma de novia/futura madre de mis hijos versus la piba trola que es más popular y sexy, pero que no me conviene a largo plazo. La tensión es entre una mirada en la que prima el concepto machista de que las mujeres deben tener un rol más acotado, en la cual los celos son un valor buscado en los vínculos amorosos como un ideal porque se asocian al compromiso, al cuidado y la protección, y otra mirada que valora a las chicas que quieren ser libres, salir, experimentar, vivir la noche, mostrar el cuerpo. Hay una conciencia de género hacia el afuera, pero entre pares siguen teniendo miradas conservadoras en ese sentido”, agrega.

En casos menos extremos que no se vinculan con la sexualidad y la intimidad, el hostigamiento virtual también se pone en juego con cuestiones más banales, como la ropa o las zapatillas. “En las escuelas vienen familias tradicionales y al que ven como nuevo rico lo marginan. En realidad,

quedan afuera de los grupos de las chicas que no tienen doble apellido. Las que se van es porque no pertenecen socialmente. Pertenecer no es tener la plata. No son ostentosas, tienen un fuerte mandato religioso. Y se lo hacen sentir a las que no son de ese estatus social. Las cargan, en las redes y en la vida real. Son muchas pequeñas gastadas. Así las marginan”, cuenta Mariana, profesora en un colegio de chicas de Vicente López.

Lara lo vivió en carne propia apenas entró al EAO de Ramos, a mitad de 2016. “Mucho del *bullying* se basa en lo que tenés o no para pertenecer”, dice. En su escuela, el uniforme es una remera y un buzo de la institución, que se usan con jeans y zapatillas. Las marcas como símbolo del nivel de consumo al que se puede acceder ahí juega un rol influyente: los pantalones tienen que ser caros, y las zapatillas también. “Al principio yo no me daba cuenta de eso y entonces iba con unos zapatos más típicos de escuela que una zapatilla copada. Una compañera un día me sacó una foto y la subió a Twitter con el hashtag #whatarethose? (algo así como ¿qué te pusiste?). Cuando me di cuenta, sentí mucha bronca, pero no le dije nada. Intento no darles bola a esas cosas, pero terminan influyéndote, así que ahora trato de no repetir los jeans muchas veces a la semana e ir cambiando las zapatillas”, cuenta.

Otra “razón” para ser hostigado es no sumarse a los hábitos de la mayoría. Los chicos y las chicas que pasan más tiempo jugando en la computadora que saliendo de fiesta suelen recibir cierto tipo de castigo social, tanto en la escuela como en las redes. Juan tiene diecisiete años y asiste a un colegio privado de Lanús Oeste. Aunque ahora está en sexto año y cuenta que ya casi no recibe cargadas, los primeros

años en la secundaria fueron difíciles. “El prejuicio es que no tenés vida social, que sos ‘un virgo’. Generalmente hay más *bullying* hacia los chicos que juegan videojuegos que hacia los que tienen como *hobby* los deportes –dice–. El pibe que juega juegos es ‘menos piola’ y no tiene tanto levante con las pibas, entonces al no tener chamuyo no la pone, y estamos en una sociedad machista en la cual si sos un chabón que no la pone seguido sos virgen y ese es el estereotipo del *gamer*”.

NATIVOS DIGITALES

La tecnología, sus usos y los modos de ser y estar que se ponen en juego en las redes sociales muchas veces son causa de malestar en la relación entre los jóvenes y los adultos que los rodean. “Los papás y docentes hablan en otro idioma, tienen una moral más del esfuerzo, del sacrificio, y los más jóvenes, nativos digitales, tienen más lo de vivir el presente, el ahora, el placer, el goce, lo lúdico, de probar, y les enseñan a los adultos sobre esto porque lo entienden de modo intuitivo y natural”, explica Linne.

Este ruido entre los chicos y los grandes muchas veces hace imposible la comunicación, como si unos y otros hablaran idiomas distintos. Mariana, profesora de un colegio católico de mujeres de Vicente López, no entiende a sus alumnas. Para ella, “la gestión del tiempo” que tienen los adolescentes y sus períodos de atención “son muy raros”. “Cada una viene y dice lo que quiere y no busca la atención del otro. No hay relación. Y con el adulto no hay escucha, no hay relación real –señala. Su visión es apocalíptica–: Es lo que ellas quieren,

ya, el resto importa bastante poco. Es como un estado de ansiedad permanente. Vos les estás haciendo una pregunta y no te escuchan. No pueden bajar al momento. Tienen una idea de lo que quieren que pase y van hacia ahí sin importarles demasiado lo que vos les proponés. Tampoco son receptivas con lo que le pasa al de al lado. Después tienen una competencia con el nivel de popularidad, con el nivel de exposición, con quién subió la mejor foto a Instagram. Sus vínculos los definen más ahí que en el plano real. El momento en sí es un escenario para ellas”, dice.

Para Mariana la relación de todas sus alumnas con los dispositivos, sobre todo los teléfonos, es patológica y la compara con el consumo problemático de sustancias. “Tienen prohibición de usar el teléfono y lo usan igual. Les meten sanciones, pero la compulsión es más fuerte. Les pedís que lo dejen abajo del banco y enseguida lo vuelven a agarrar. Al recreo o a la clase de gimnasia lo llevan. Parecen fumadores en los lugares libres de humo. Cuando termina la clase de gimnasia ves que salen corriendo a agarrar sus aparatos. Y es solo para ver Snapchat, Instagram, Facebook, no porque esperen un llamado importante”.

Por no ser nativa digital, para Mariana los mundos *online* y *offline* están claramente separados, mientras que, para los chicos, como señalan Linne y Vommaro, hay una continuidad entre ambos terrenos a los que los adolescentes entran y salen con facilidad, “tienen una naturalidad para estar con y en estas redes, siempre en el *switch* entre lo *on* y lo *offline*”, dice Linne. Por eso, la docente relata sobre sus alumnas: “Se indignan cuando alguien que no quieren les postea un comentario. Muchas de las peleas y de los malos

humores tienen que ver con ese jueguito. Es como que no entienden que al ponerlo en una red social lo hacés público y tenés que bancártela. No saben resolver en el mundo real lo que sucede en la red”.

María Laura, que es profesora en un colegio parroquial de San Isidro desde hace 29 años, dice que “los chicos se escudan detrás de la pantalla”. “No se animan a decirse las cosas en la cara –asegura–. Las cosas que se dicen por mensaje tienen un tenor altísimo ya sea sexual, de violencia, de agresión o de cariño. En las caras se dicen las cosas más triviales, pero las cosas que para ellos son más importantes se las dicen por mensajito, por WhatsApp”.

Institucionalmente, esa mirada extrañada sobre las nuevas tecnologías por parte de los no nativos digitales estuvo legitimada hasta hace muy poco: entre 2006 y 2016, en los colegios bonaerenses rigió una resolución que prohibía el uso del celular en las aulas. Desde marzo de ese año los dispositivos tecnológicos pueden utilizarse en el aula con fines pedagógicos, aunque su inserción como herramienta didáctica no es usual. “La tecnología tiene cosas buenas: si no llegan a copiar, uno le saca una foto y se lo manda a todos por grupo de WhatsApp. Pero por otro lado tenés a los pibes hiperconectados todo el tiempo”, advierte María Laura.

En la escuela donde ella trabaja, los alumnos dejan el teléfono en un canasto junto a la puerta del aula. Como las aulas son fijas por materia –y no por curso– los retiran cuando termina la hora. Según cuenta Sabrina, preceptora en un colegio de zona sur, los alumnos de los cursos superiores (5° y 6°) tienen en general un uso más responsable del celular en el aula y lo utilizan solo en los recreos para jugar a

algún videojuego, o se sacan *selfies* y suben alguna foto a las redes, aunque de vez en cuando a algún alumno le incautan el aparato por usarlo en clase.

Iván es entrenador de rugby en un club de San Isidro y señala que las redes sociales también sirven para coordinar otro tipo de encuentros. “El hermano de catorce años de un chico que entreno publicó en su cuenta de Instagram que se iba a pelear con un chico de otro club tradicional –cuenta–. No solo fue el otro pibe, sino los amigos de los dos, que querían ver cómo se cagaban a palos. Eran como 150 chicos. El hermano mayor cayó con sus amigos y los frenaron. Pero esas peleas que terminaban en ‘te espero en la esquina’ ahora son te espero en Instagram. Porque lo hacen para mostrarse en las redes”.

Raquel tiene diecisiete años y también es nativa digital, pero entiende que la idea que tienen los adultos sobre la relación entre los chicos de su generación y la tecnología es sesgada. “La persona que está todo el día con el celu es porque está hablando con alguien o buscando algo en particular, pero esa idea de que estamos contando todo lo que hacemos, todo el día, es algo que se creen los viejos nada más, no es tan así. No es que no te podés despegar, es muy exagerado lo que los adultos piensan que hacemos con las redes”, asegura.

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
----------------------	----

CAPÍTULO 1

La red, el lugar de los vínculos sociales	15
“Sin las redes no existís”	15
“Se construyen a sí mismos”	17
Consumir y ser consumido	18
“Seguime y te sigo”	20
De Facebook a Sarahah	23
La víctima viralizada: el <i>bullying</i> que nunca termina	26
Nativos digitales.....	32

CAPÍTULO 2

Solos con el dinero	37
----------------------------------	----

CAPÍTULO 3

El acceso al espacio público está reducido	49
---	----

CAPÍTULO 4

Previas, fiestas, UPD y boliches	57
De fiestas y previas eternas	57

Último Primer Día	67
Boliches y fiestas electrónicas	71

CAPÍTULO 5

El consumo de sustancias: del alcohol al porro

y las pastillas	83
Alcohol.....	83
Marihuana y pastillas.....	91
Reducción de daños: entre la escuela y la casa	95

CAPÍTULO 6

Del “niño rata” al adolescente real	103
--	-----

CAPÍTULO 7

Cuerpos: el vínculo con el cuerpo propio y con los otros..... 111

Un cuerpo a la medida del <i>like</i> : deportes, dietas, anabólicos y estereotipos.....	111
Sexualidades.....	121

RESUMEN EJECUTIVO	131
--------------------------------	-----