

Ciudadanía comunicativa en redes sociales

Las nuevas narrativas de los/las jóvenes sanjuaninos/as en TikTok desde y sobre un espacio emergente de la Ciudad de San Juan: el Eje Cívico, Institucional y Cultural

Introducción / Propósitos

El presente proyecto tiene el propósito de darle continuidad a dos trabajos de investigación previos:

- Tesina de grado titulada: *Consumos culturales: usos y apropiaciones de la red social TikTok por parte los /las jóvenes sanjuaninos/as, entre 16 y 23 años, periodo 2023* (Morales, 2024). Su objetivo principal fue comprender los modos de consumo, en términos de usos y apropiaciones, de dicha plataforma por parte de jóvenes del Gran San Juan. Este primer trabajo de tipo exploratorio realizó aportes a una línea de investigación emergente en el Departamento de Ciencias de la Comunicación, FACS, UNSJ, sobre usos sociales de las nuevas tecnologías.
- Beca de investigación CICITCA – alumno avanzado, cuyo título fue *Ciudad y comunicación digital. Los usos sociales de TikTok en la producción de sentidos sociales sobre un nuevo espacio público de la ciudad de San Juan: el Eje Cívico, Institucional y Cultural* (Morales, 2023). Dicho trabajo exploró los modos en que los/as sanjuaninos/as utilizan, se apropian y reconfiguran el espacio público a través de la producción de contenidos audiovisuales en TikTok. Los aportes que esta investigación realizó al proyecto marco con el cual estuvo articulada fueron publicados por el grupo GT15: *Comunicación y Ciudad*, perteneciente a la **Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)** (Gimeno, Bustos, Puebla, Olivares & Morales, 2024).

Con el plan de trabajo que aquí presentamos pretendemos avanzar en nuestra línea de investigación: *Usos sociales de TikTok y profundizar en la producción de sentidos sociales sobre el espacio urbano*. En este sentido, buscamos articular con los objetivos del proyecto: *Comunicación y Producción Social de Espacios Públicos en la Ciudad de San Juan, Argentina. Las nuevas narrativas que producen los/as ciudadanos/as en sus modos de habitar el Eje cívico, institucional y cultural* (Código SIGEVA: 80020220100287SJ).

Resultados esperados

Esta investigación de tipo académica busca contribuir al proyecto macro que se encuentra en ejecución en el GEICOM. El objetivo principal de este proyecto es *comprender los procesos de producción social de sentidos del espacio público, que se generan a través de las narrativas espaciales de los/as ciudadanos/as en sus modos de habitar el “Eje cívico, institucional y cultural”, en la ciudad de San Juan, Argentina, en un periodo que abarca 2023 y 2024.*

Con esta investigación buscamos contribuir específicamente con los objetivos específicos N° 3 y 4 del proyecto mencionado anteriormente. Los mismos se proponen *reconocer y analizar los discursos que circulan por las redes digitales, Instagram y TikTok, que narran el espacio público estudiado e interpretar los distintos modos en que los/as ciudadanos/as se apropian y re-significan este nuevo espacio público en la ciudad de San Juan.*



Croquis del Eje cívico, institucional y cultural

Beca de iniciación CICITCA (GEICOM)

Becario: Carlos Daniel Morales
Director: Daniel Osvaldo Gimeno | UNSJ
danielgimeno1144@gmail.com

Reflexiones Finales

Las nuevas narrativas urbanas representan formas renovadas de habitar y significar la ciudad, en las que las tecnologías digitales ocupan un lugar central. Estas narrativas no solo transforman la manera en que las personas se relacionan con el entorno urbano, sino que también posibilitan la emergencia de nuevos sentidos de lo público, que desafían las concepciones tradicionales y abren paso a experiencias más dinámicas y participativas del espacio compartido.

En este contexto, los y las ciudadanas se convierten en protagonistas activos de la construcción del territorio, que ya no es entendido únicamente como un espacio físico, sino como un entramado de prácticas, intenciones y vínculos sociales. Las motivaciones para habitar y apropiarse de estos espacios son diversas, aunque se destaca especialmente la implementación de nuevas estrategias laborales, muchas de ellas vinculadas al mercado digital y a las formas emergentes de economía colaborativa o informal.

En el caso particular de San Juan, los y las sanjuaninas refuerzan un sentido de identidad local que se articula a través de símbolos tradicionales, como el paisaje, la cultura popular o ciertas celebraciones colectivas. Estos elementos actúan como marcadores de pertenencia y se resignifican en el presente, en diálogo con los cambios que atraviesan la ciudad. Así, el espacio público se construye como un lugar donde se inscriben nuevos sentidos de lo común, del encuentro y de la participación ciudadana.



Imagen de las nuevas narrativas territoriales que circulan por las redes sociales

Referencias

Gimeno, D.; Bustos, A.; Puebla, A.; Olivares W., L., & Morales, C. (2024). Pensar el espacio público desde los nuevos modos de habitar el “Eje cívico, institucional y cultural” en la provincia de San Juan, Argentina. Habitar en tiempos de transformaciones. Cuaderno de trabajo N° 1, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIIC, Grupo de Trabajo 15: Comunicación y Ciudad. Recuperado de <https://heyzine.com/flip-book/dec3365e8c.html>.

Morales, C. D. (2023). “Ciudad y comunicación digital. Los usos sociales de TikTok en la producción de sentidos sociales sobre un nuevo espacio público de la ciudad de San Juan: el “Eje Cívico, Institucional y Cultural”.” (Investigación inédita). Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas y de Creación Artística. Universidad Nacional de San Juan.

Morales, C. D. (2024). “Consumos culturales: usos y apropiaciones de la red social TikTok por parte los /las jóvenes sanjuaninos/as, entre 16 y 23 años, periodo 2023.” (Tesis de licenciatura, inédita). Universidad Nacional de San Juan.