

INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES DIGITALES
JÓVENES ESTUDIANTES Y TRABAJADORES
DESCRIBEN SUS PRÁCTICAS EN RED¹

GT4: Comunicación y Educación

Delia Covi Druetta²

Rocío López González³

Resumen

*La ponencia refiere hallazgos de la primera etapa de los trabajos empíricos del proyecto de investigación “**Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social**”, que se está desarrollando en la Universidad Nacional Autónoma de México. Se trata de un estudio interinstitucional, multidisciplinario, con un diseño metodológico que abarca tanto instrumentos cualitativos como cuantitativos. El universo del estudio comprende jóvenes estudiantes, trabajadores, activistas y los denominados “ninis”. Su propósito es indagar sobre el tipo de interacciones que despliegan en las redes sociales y busca recuperar, a través de las expresiones de los propios jóvenes, sus puntos de vista sobre este proceso, con el fin de identificar niveles e ir construyendo una tipología de la interacción en red. En estas reflexiones presentamos las características generales*

¹ Trabajo presentado en el Grupo de Trabajo **Tecnologías de la Comunicación**. 4ª Conferencia ICA América Latina, Universidad de Brasilia, del 26 al 28 de marzo de 2014.

² Profesora Titular del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. Investigadora Nacional Nivel 3. crovidelia@gmail.com

³ Investigadora del Instituto de Investigaciones en Educación, Universidad Veracruzana. roxiolo@gmail.com

de la investigación, enunciamos su marco teórico-metodológico, y reflexionamos acerca de sus principales hallazgos.

Palabras Claves: Jóvenes – Redes sociales. Interacción

Las tecnologías digitales destinadas a la comunicación e información, tienen como principal característica su constante propensión al cambio y la innovación. No se trata, sin embargo, de transformaciones que deban analizarse sólo en el escenario tecnológico, ya que aún perdura la inequidad en el acceso a la educación, la información y los bienes culturales. Como se sabe, mientras algunos no lo experimentan, para otros la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) al trabajo, el estudio, las relaciones sociales y el ocio, han propiciado nuevos estilos de vida debido a que modifican sus prácticas cotidianas a tal grado que muchos individuos ya no pueden imaginarse su propia vida sin el auxilio de la telefonía celular o el Internet. Estos y otros recursos digitales son los que facilitan y modifican las formas de comunicarse, entretenerse, acceder y asimilar la información o producir conocimiento, fenómeno que es especialmente notable entre los grupos juveniles debido a que forman parte de la cultura de su tiempo y porque son también los usuarios más numerosos y recurrentes.

Sobre este grupo social D. Tapscott (2009) sostiene que las tecnologías influyen en la forma en que la juventud piensa y se comporta creando un camino de dos vías: de un lado las tecnologías dejan una impronta profunda en sus prácticas cotidianas; del otro, su comportamiento, condiciones de uso, percepción y atribuciones sobre esas innovaciones, permiten a los jóvenes generar una influencia sobre ellas, moldeándolas. Según Tapscott el verdadero potencial de la red sólo se materializó cuando los jóvenes comenzaron a usarla y a apropiarse de ella, proceso que produce importantes transformaciones. Así, en manos de los sectores juveniles, la web 2.0 se dinamiza mediante la creación de blogs, weblogs,

fotografías, mensajes, en el entretenimiento en línea o compartiendo películas y canciones.

El modelaje que realizan los jóvenes con innovaciones digitales abarca aparatos y servicios: Internet, teléfonos móviles o receptores de música y consolas de videojuego, entre otros, mudan su sentido inicial y cambian sus aplicaciones a partir de los derroteros que ellos trazan. Y el mercado de productos digitales se flexibiliza ante los requerimientos de sus usuarios más notables y numerosos.

A partir del contexto que hemos enunciado someramente, el propósito de estas reflexiones es acercarnos a un punto en concreto: la cultura digital de los jóvenes desde los usos que ellos hacen de las innovaciones, a fin de comprender y explicar algunos de sus rasgos. La capacidad natural que poseen para ejecutar varias tareas simultáneamente mientras usan recursos digitales, los procesos de selección y jerarquización de información o la diferencia que existe entre sus hábitos de apropiación mediática y los de generaciones anteriores, son entre otros, puntos singulares de interés.

De acuerdo con R. Morduchowicz entre los jóvenes, para ser uno mismo entre los otros, hay que ser y hacer como los otros: ser igual a sus iguales. Esta es una actividad con un fuerte componente comunicativo, porque implica conocer y compartir símbolos, lenguajes y códigos, mediante un proceso de intercambios del cual no sólo son protagonistas sino que también son quienes le imprimen sentido. Este principio relacional entre pares, marcado profundamente por lo digital, forma parte del proceso de construcción de identidad según el cual para ser ellos mismos los jóvenes deben ser y hacer como los otros. No obstante, cada uno según sus habilidades digitales y cognitivas se apropia de los nuevos medios de una manera particular, elección que tiene que ver con su historia personal y social.

Un estudio en proceso

Los antecedentes que hemos expresado nos llevaron en 2012 a presentar una propuesta de investigación al Programa de Ciencia Básica del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) de México⁴. Lo hicimos con el interés particular de identificar la valoración que los jóvenes hacen de su uso personal de las tecnologías digitales, así como su percepción acerca de las repercusiones que esos recursos tienen en su vida cotidiana, particularmente en procesos de expresión e interacción social.

A partir de estudios anteriores realizados por el mismo equipo de investigación (Crovi 2009 y 2012, Crovi y López, 2012), podemos afirmar que la visión del mundo que construye la juventud está atravesada por el uso de las TIC, mediante las cuales hilvanan actividades diversas, usando uno o varios recursos tecnológicos. Los jóvenes, aunque pueden poseer percepciones y praxis disímiles, comparten lógicas de pensamiento en las cuales la digitalización ocupa un lugar destacado. Ellos enfrentan una sociedad compleja, cambiante y contradictoria, donde su identidad no es ajena a las nuevas formas de comunicación y socialización impuestas por la convergencia tecnológica⁵.

Reconocemos que existen importantes brechas de orden digital y cognitivo que repercuten en la juventud, haciendo de este grupo social un sector heterogéneo y diverso, en el cual los jóvenes que tienen acceso a los recursos digitales conforman grupos con apropiación plena de ellos, al punto de transformarlos en factor fundamental de su identidad y cultura. Por ubicarse en un lugar tan

⁴ Agradecemos al Programa Ciencia Básica SEP-CONACYT de México el financiamiento de la investigación “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social” (CB/2012-No. 178329), de cuyos avances se desprenden estas reflexiones.

⁵ Hallazgos de las investigaciones anteriores que hemos realizado indican que las brechas en el acceso tecnológico y cultural entre los jóvenes, no impiden que lo digital forme parte del espíritu de su tiempo, aunque sea como aspiración.

destacado, las TIC determinan y condicionan muchas de sus prácticas cotidianas, dándole a ese grupo características singulares en actividades laborales, de estudio, comunicación, expresión y acción social. Por otro lado, los jóvenes, frecuentemente señalados por su apatía, en la actualidad han encontrado en los recursos digitales instrumentos para la expresión más allá de los grandes medios. A partir de ello despliegan diferentes formas de interacción, con contenido heterogéneo, pero que tienen el común denominador de estar apoyados en recursos digitales.

En nuestra investigación hablamos de interacción y no de activismo, porque pensamos que este último debería tener alcances mayores, en cambio la interacción se define como un intercambio simbólico de dimensiones e impacto variable. Entendemos por interacción a **acciones** entre personas, en las que también están o pueden estar involucrados otros agentes sociales, hechos u objetos, así como marcos contextuales diversos. Según la psicología social, que ha estudiado ampliamente este proceso, las interacciones son influencias determinantes para todo individuo. A nuestro juicio, si en las prácticas culturales cotidianas de los jóvenes muchas de esas interacciones se llevan a cabo mediadas tecnológicamente, configuran una cultura fuertemente determinada por lo digital y en su visión del mundo ambos elementos (interacción-digitalización) están interrelacionados, pudiendo convertirse en la simiente de lo que de manera apresurada suele denominarse ciber-activismo o *click* activismo. Sin embargo, hay factores de su entorno y biografía personal que mueven a la interacción o la ignoran, y esto ocurre independientemente de un adecuado e incluso amplio acceso tecnológico. Dicho de otro modo, por sofisticada que esta sea, la tecnología será siempre un instrumento de apoyo para la comunicación, la organización o la difusión, que se inserta en un contexto social dado y en un individuo con una biografía precisa.

Creemos que las repercusiones de algunos fenómenos recientes impulsados desde las redes sociales, fueron valoradas más allá de los resultados efectivamente alcanzados (la primavera árabe, los indignados, YoSoy#132, entre otros). Por ello es necesario identificar y tipificar los distintos niveles de interacción mediante recursos digitales, sopesando no sólo su uso creativo u original, sino su impacto social más allá de lo coyuntural o efímero. Si en acciones sociales que buscan tener repercusiones tangibles valoramos sólo la importancia de las tecnologías digitales, podríamos regresar peligrosamente a la hipótesis de la omnipotencia de los medios, largamente superada.

Sostenemos que la interconexión vía red ha permitido visibilizar estrategias de acción y participación, así como actualizar las agendas públicas posicionando temas ignorados por los medios masivos, los grupos en el poder e incluso las políticas públicas. Se trata, en efecto, de novedosos canales de expresión que confrontan los discursos hegemónicos, lo que le otorga el enorme valor de la contestación y por ello llaman la atención, lo que no siempre es asimilable a la acción misma.

Susuestos y contexto del estudio

A partir de estos antecedentes el estudio que estamos llevando a cabo en la Universidad Nacional Autónoma de México, busca conocer desde la propia voz de los jóvenes el impacto real que tienen en su cotidianidad las prácticas de acceso, uso y apropiación de la digitalización. Partimos de dos supuestos básicos:

- a) Los jóvenes con acceso a estos recursos, se han apropiado de la digitalización, desplegándola en sus prácticas culturales cotidianas desde las cuales se convierten en protagonistas de un cambio que, aunque en apariencia es espontáneo y desarticulado, ejerce presión sobre el sistema social. Ellos están

desarrollando diversos tipos de interacción apoyados en recursos digitales, lo cual configura una realidad que representa un desafío para la sociedad, en especial para los adultos, ya que deben ampliar su comprensión sobre este tema.

- b) Apoyada en recursos digitales, la juventud actual está alzando su voz para expresar reclamos, puntos de vista, mostrar producciones culturales, compartir, organizarse, entretenerse o comunicarse. Estas interacciones repercuten más allá de las prácticas culturales de su generación, por lo que es necesario estudiar la dinámica de esos procesos, tipificarlos y valorar su importancia social.

Entendemos junto con Javier Echeverría (2000) que el ciberespacio es un nuevo espacio social rico en interacciones, intercambios, representaciones simbólicas, que no se funde con el acontecer real, mucho más determinado por fuerzas e imposiciones de las lógicas sociales. Conviven, se interceptan, dialogan, pero son espacios diferentes, y aunque existe un tránsito dinámico entre ambas esferas, la virtual todavía está menos estructurada y controlada. Pese al enorme abanico de intereses que se manifiestan fuera y dentro del ciberespacio, aún representa un ámbito de mayor libertad. Es sobre el tránsito entre lo virtual y lo real que busca indagar el estudio sobre jóvenes que estamos refiriendo.

Algunas cifras del contexto en el cual estamos desarrollando la investigación, indican que, como en la mayor parte de los países, los jóvenes mexicanos con acceso a la digitalización tienen una vida muy activa en las redes⁶. Datos del Instituto Mexicano de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) informan que en el país en 2013 el 43.5 por ciento de la población tenía acceso a Internet, en tanto que el 46.7 por ciento poseían computadoras (lo que indica que casi la

⁶ Además de datos oficiales proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática (INEGI), <http://www.inegi.org.mx> o la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), puede ampliarse la información con estudios como los realizados cada año por AMIPCI, <http://www.amipci.org.mx>, o IAB, Interactive Advertising Bureau, <http://www.amai.org>, entre otros.

totalidad de quienes tienen una computadora, tienen también acceso a Internet). En materia de telefonía móvil (cifras de 2011) INEGI precisa que el 81.3 por ciento de la población contaba entonces con celulares, lo que en el contexto latinoamericano coloca a México en el cuarto lugar en acceso a móviles, después de Argentina, Brasil, Chile y Colombia.

En cuanto a redes sociales, los estudios que realiza cada año Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI (2012) indican que un internauta mexicano, en promedio, está inscrito a cuatro redes. Las más usadas son: Facebook, Youtube, Twitter, Google+ y Hi5. Facebook ocupa el primer lugar, ya que tiene al 90 por ciento de los internautas inscritos, de los cuales el 90 por ciento no usa a diario, de ellos 46 por ciento accede desde un smartffhone. La misma fuente indica que la segunda red en importancia por el número de usuarios es YouTube que tiene al 60 por ciento de los internautas inscritos, 77 por ciento de los cuales accede diariamente, y de ellos el 23 por ciento lo hace desde un smatphone. El tercer puesto lo ocupa Twitter con 55 por ciento de los internautas inscritos, de los cuales el 61 por ciento accede cada día, haciéndolo 46 por ciento vía smartphone. El el quinto lugar se ubica Hi5 con 25 por ciento de los internautas inscritos, de los cuales sólo el 10 por ciento accede diariamente, y el 8 por ciento usa un smartphone.

Estos resultados, junto con los datos que arrojan otros análisis, permiten identificar tendencias, no obstante, son escasos los estudios que dan cuenta de las opiniones y experiencias de los jóvenes narradas en su propia voz. Consideramos que ellos tienen mucho que decir sobre el impacto real de las redes sociales en su cotidianidad, así como su influencia en aspectos particulares que pueden explicar mejor porqué las usan, para qué las usan, cuánto tiempo invierten en ellas, en dónde las usan, cómo aprendieron, entre otros. Y en el caso de los jóvenes que han hecho de las redes un canal para su participación y activismo, identificar el

proceso que los llevó a estas prácticas. Por ello, consideramos relevante recuperar la voz de los jóvenes, conocer sus puntos de vista y experiencias que nos permitan, por una parte, sistematizar sus prácticas, y por otro, dimensionar las particularidades de los diferentes tipos de expresión e interacción social que despliegan.

Rasgos y hallazgos de la investigación

El estudio “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social”, inició formalmente en enero de 2013, fijando como universo de análisis a sujetos jóvenes de 16 a 30 años. El rango de edad es amplio, abarcando incluso el concepto de juventud alargada, debido a que creemos que existe una evolución en las interacciones en red relacionadas con la edad de los usuarios.

El universo de estudio comprende los siguientes núcleos de análisis, aglutinados según sus actividades principales:

1. estudiantes de nivel medio superior;
2. estudiantes de nivel superior (licenciatura o similares);
3. estudiantes de posgrado;
4. participantes en interacciones frecuentes y reconocidas en las redes sociales, que suelen engloban en el llamado activismo en red;
5. quienes se encuentran en ese rango de edad pero que carecen de una actividad principal constante (no trabajan ni estudian) y son conocidos como “*ninis*”⁷, condición que les permite invertir una parte importante de su tiempo en las redes.

⁷ Actualmente existe un debate en torno a lo que debe considerarse “*ninis*” o “*sinsin*” (sin oportunidades de trabajar o estudiar). La valoración de su estatus, generalmente negativo, se debe a que se mueven fuera del sistema formal de estudio o trabajo. Pensamos que dadas las condiciones actuales de desigualdad en el acceso al empleo y la educación, deben considerarse otros factores para su valoración, tales como el autodidactismo, los trabajos eventuales o informales, que pueden o no incidir en el uso de recursos digitales y en su ipropensión al activismo.

Para la recolección de datos empleamos instrumentos mixtos (cualitativos y cuantitativos): grupos focales; entrevistas en profundidad; y aplicación de cuestionarios cerrados. La primera parte del trabajo empírico consistió en llevar a cabo 11 grupos focales, que nos proporcionaron una plataforma de análisis inicial que permitió ajustar los demás instrumentos e incluso la integración de la muestra.

En esta ponencia presentaremos exclusivamente los resultados obtenidos mediante la técnica de grupos focales desarrollada entre estudiantes y jóvenes trabajadores (mando medios administrativos y de servicio). La exploración de opiniones mediante este instrumento nos llevó a conocer puntos de vista, creencias, expresiones, percepciones auténticas y espontáneas de estos jóvenes, material que permite construir un escenario inicial del universo en estudio.

Debido a la diversidad del universo estudiado determinamos realizar 10 sesiones de grupos focales, las cuales finalmente se convirtieron en 11 debido a que hubo que reponer una integrada por trabajadores. La selección de la muestra respondió al propósito de contrastar las opiniones de estudiantes y trabajadores que a pesar de pertenecer a un mismo grupo etario, despliegan actividades principales diferentes lo cual repercute en el uso de las tecnologías digitales y por lo tanto, en las prácticas sociales. Además de la edad (16 a 30 años), en el reclutamiento de los participantes, se consideró que en los grupos debía haber equidad de género y que los jóvenes vivieran en la ciudad de México⁸.

En la experiencia participaron 78 jóvenes en total, los cuales fueron reclutados por expertos siguiendo los lineamientos previamente establecidos. Los grupos se distribuyeron del siguiente modo: cuatro fueron de estudiantes de educación media superior (dos del sistema público y dos del privado); cuatro de estudiantes

⁸ Esta decisión fue para asegurar un acceso similar a los recursos de la convergencia tecnológica y también por razones presupuestales.

de nivel licenciatura o similares (tres del sistema educativo público y uno del privado); y tres grupos se destinaron a explorar opiniones de jóvenes trabajadores. Los estudiantes de instituciones públicas tuvieron mayor presencia en los grupos, debido a que este sector reúne un mayor número de alumnos. Las sesiones de los grupos focales se realizaron en el mes de marzo de 2013 y cada sesión tuvo una duración aproximada de dos horas.

Como es habitual, previamente se elaboró una guía de los tópicos que se abordó en cada una de las sesiones, aunque conformando dinámicas diferentes según la composición de los grupos. Incluyó exploración actividades de su vida diaria; exploración de actividades y usos de internet; conocimiento, uso y apropiación de espacios sociales virtuales; interacción y activismo a través de espacios sociales virtuales. En los párrafos siguientes reportamos los hallazgos más destacados de esta primera parte del trabajo empírico realizado.

El primer hallazgo se refiere a ciertas generalizaciones que los jóvenes realizan ante el consumo tecnológico. Uno de ellos es que entienden que existe una dicotomía entre consumidor de tecnologías y productor de contenidos, como si se tratara de dos actividades paralelas sin una aparente conexión y sin posibilidad de evolucionar desde el consumo hacia la producción de tecnologías. Creemos que estas afirmaciones, con las cuales no coincidimos, refieren una situación personal que por desconocimiento o falta de estímulos, les impide verse a sí mismos con la capacidad de pasar de simples consumidores a productores, haciendo de estos roles funciones alternativas según el interés o las circunstancias.

Otro supuesto que expresaron fue que quien produce un contenido serio en las redes, con peso o valor social, permanece siempre en ese rol, lo que sugiere un encasillando en las posibilidades expresivas de los emisores. Al no visualizar la posibilidad de alternar entre entre mensajes serios, estructurados, y otros más

frívolos o ligeros, pueden estar construyendo una barrera para expresarse por medio de las redes ya que según su opinión, se verían conminados a cumplir un papel limitado a opiniones o puntos de vista serios, complejos tal vez, alejados de la diversión, del placer e incluso la broma tan común en ese ámbito.

Un tercer supuesto que manifestaron es que el acceso a la tecnología predice o condiciona la forma y dimensión de la producción. Sin embargo, por opiniones vertidas en los propios grupos focales, puede inferirse que no necesariamente la disponibilidad tecnológica limita la voluntad y capacidad de crear, expresarse, o promover acciones. Pudimos constatar que superan ciertas condiciones de acceso mediante un uso y apropiación creativos de las tecnologías, lo que les da alternativas para remontar algunas limitaciones (por ejemplo, generaciones tecnológicas atrasadas, sistemas de contratación limitados, etcétera) si el usuario realmente quiere expresarse o llamar a la acción.

Finalmente, quedó claro en las opiniones de los participantes que a pesar de la opinión de muchos adultos, la vida online no afecta negativamente el desempeño social del sujeto. Al contrario, se trata de universos complementarios que permiten promover uno y otro tipo de encuentros o acciones.

Al analizar las opiniones generales vertidas en los grupos, estamos en condiciones de afirmar que cada usuario de las redes es un mismo sujeto con matices diversos, que le permiten pasar de lo anecdótico a lo analítico, de lo simple a lo complejo, del consumo a la producción. Podemos inferir también que van desde un actitud de consumir pasivo a la de un creador original, pasando por actividades tales como compartir contenidos o modificarlos, alternativas que tienen mucho que ver con el tema que motiva sus intereses personales. Compartir contenidos o modificarlos son, sin duda, las actividades más recurrentes en las redes: los jóvenes en general se dedican a trasladar mensajes, a pasarlos a los demás y en

ocasiones los modifican un poco para finalmente hacer lo mismo: pasarlos, compartirlos.

Si quisiéramos graficar las respuestas, tendríamos que dibujar un rombo en cuya sección del medio, la más ancha, ubicaríamos las actividades frecuentes y el mayor número de usuarios. En los vértices superior e inferior se colocarían a los más pasivos y los más creativos (que tal vez sean también los más activos). O dicho de otro modo: quienes tienen poca interacción en las redes y quienes tienen mucha, son grupos minoritarios, en tanto que la mayoría repite, traslada, comparte contenidos de otros con escasas modificaciones. Esta distribución de actividades nos lleva a pensar que, para entender la producción en red hay que analizarla desde lo que suben (repetiendo o modificando) y no desde lo que consumen o reciben. Repetir, modificar aunque sea un poco, crear o cambiar mucho, es donde podemos detectar distintos niveles de compromiso con temas, actividades, problemas sociales.

Respecto al rango de edad, fue posible observar que los más jóvenes (adolescentes que estudian el nivel medio superior) carecen de temas: su tema son ellos mismos y sus amistades, su pequeño mundo, algo que está muy a tono con la etapa de vida por la que están pasando. Tienen menos compromiso con el mundo *off line*, visitan sitios básicos, organizan fiestas y actividades hedonistas (como contabilizar “amigos” o *followers*). En cambio los universitarios son más versátiles, tienen temas y suscriben a ellos, son también más selectivos y el cuidado de su imagen digital se refleja en poner atención a los contenidos que transmiten, copian o modifican. Se concentran más en recibir aprobación y tienen mayor compromiso con el mundo fuera de las redes digitales.

Un dato de interés es que no se reconocen como nativos digitales, sino como jóvenes que han pasado por un proceso de adaptación a las TIC. Algunos

comentaron que su primer acercamiento a la digitalización se produjo en primaria y otros informaron que se concretó durante la educación media.

Las diferencias entre educación superior pública y privada se expresan en los contenidos, de corte más social entre las primeras y con acciones *off line* más mencionadas (lo cual no significa que sean más frecuente) entre los segundos. A los estudiantes del sector educativo privado se los puede identificar, según sus expresiones, con acciones de filantropía frente a temas no polémicos (medio ambiente, cuidado de animales, regalos de juguetes para niños sin recursos, entre otros). Expresiones vertidas en el transcurso de las sesiones dejan ver estas prácticas:

“Organizamos macro posadas, si no puedes ir al evento, adoptas una carta y envías un juguete, por ejemplo, el niño que adoptas puede haber puesto que quiere una Barbie, unos tenis y unos jeans, entonces, ya si tú quieres puedes mandarle los 3” (Estudiante de Licenciatura, institución privada).

También quienes estudian en instituciones privadas (a los que podemos suponer con mayores recursos económicos), acceden más rápidamente a los *gadgets* y elementos tecnológicos que van saliendo, pero este acceso de ningún modo define lo que hacen con el contenido. Cuando el nivel socio económico más bajo logra acceder a esas oportunidades se iguala también en las prácticas relacionadas con su uso.

Como era de esperarse a mayor edad y experiencia, recurren más a portales y sitios especializados, esto fue evidente sobre todo entre quienes están trabajando. En todos los casos destaca el uso de Facebook, YouTube y en menor medida

Twitter. Se notó una tendencia a usar cada vez más sitios mediante los cuales pueden compartir imágenes, lo que los aleja del desafío de crear contenido escrito que puede tener mayores requerimientos cognitivos y compromiso personal. Un ejemplo de ello es que los jóvenes señalaban concurrentemente el uso del *Instagram*, expresando lo siguiente:

“Son fotos propias las que subo a Instagram, son divertidas, por ejemplo, si compro un disco le tomo una foto o subo fotos de moda” (Estudiante educación media superior, institución privada).

Asimismo, se identificó en los más jóvenes una tendencia a utilizar redes más visuales, lo cual se relaciona con lo anterior, algo que queda claro en sus opiniones respecto al uso de *Twitter*:

“Yo nunca he sido bueno para usar el Ttwitter, es como un griterío, o sea, que todo el mundo está como al mismo tiempo diciendo cosas, me pierdo” (Empleado, 26-30 años).

En las sesiones se mencionaron varias redes emergentes que indican la importancia que conceden a estar a la moda en esta materia, y una intención de ir migrando a las que se usan más. Mencionaron también que hacen uso de algunas aplicaciones como si fueran redes (tal es el caso de WhatsApp), lo que confirma la tendencia a modificar los productos tecnológicos aportados por la industria, según sus necesidades. En relación a WhatsApp, uno de ellos expresó: *“Yo tengo un grupo de amigos de la escuela y además de socializar ahí vemos trabajos que tenemos que hacer” (Estudiante escuela media superior, institución privada).*

En cuanto a la diferencia entre los dispositivos que emplean, está claro que para ellos no todos sirven para lo mismo. Distinguen a la computadora de escritorio o la *Laptop* por su capacidad (la primera para producciones un poco más robustas); frente al celular sacrifican cantidad por calidad, valoran su movilidad, inmediatez y calidad de imagen o video. La *Tablet* se ubica en medio de computadoras y celulares, asociándolas con los juegos, lo que a los ojos de estos jóvenes las convierte sobre todo en consolas. De acuerdo con las voces de los jóvenes las tecnologías no se reemplazan, se suman. Esto les permite realizar actividades diversas: pueden chatear, producir, comentar, leer, trasladar en un mismo periodo de tiempo. *“Puedo estar haciendo la tarea, y platicar, y tener varias ventanas abiertas” (Estudiante media superior, institución pública).*

Las TIC forman parte de la vida cotidiana de los jóvenes, las conocen, saben su alcance, su potencial. En el caso de las redes sociales, pueden elegir una red social de acuerdo a lo que va a realizar y lo que busca (*Facebook* para mayor difusión, *Youtube* para subir videos, *Instagram* para catálogos). Algunas de sus expresiones así lo indican:

“Hay ciertas actividades que son tan cotidianas a nuestra generación que ya es parte de nuestra vida, no es una opción de lo voy a hacer dos horas, estás todo el tiempo en Internet” (Trabajador, 26-30 años).

Con relación al género, no se identificaron diferencias pues al parecer hombres y mujeres producen en igual cantidad y realizan actividades similares con las redes y las tecnologías digitales en general.

Respecto a la participación y el activismo, tema central del estudio, cuando estos jóvenes piensan en ello lo identifican con una gran causa, de allí que cada vez que

piensan en ello lo asocian con la militancia política capaz de lograr transformaciones fundamentales. También lo asocian con el uso de su tiempo: *“Mi amigo envía mensajes para salvar animales, yo no voy a ir a salvarlos no tengo tiempo, pero lo posteo en mi muro, yo con eso ayudo.”* (Estudiante Licenciatura, institución pública).

Debido a que se trata de causas que los superan, cuando se les invitó a expresarse sobre este tema ofrecieron testimonios sobre acciones simples, correctas política y socialmente. En este contexto, ser activista lo consideraban como:

“Es un líder, alguien que está dispuesto a poner algo, por ejemplo en las marchas, hacer la marcha, unir más gente y hacerlo porque está seguro de sí mismo, de lo que quiere” (Estudiante, educación media superior, institución privada).

“Alguien que coopera, que todo el tiempo está activo, ya sea en eventos o cualquier cosa que tenga que ver con lo que hace, es alguien que tiene actitud” (Estudiante educación media superior, institución privada).

Podríamos afirmar que para ellos mientras el activismo propiamente dicho se despliega por motivos ideológicos, existen otro tipo de intereses, propios, personales, que los mueven a intervenir en acciones puntuales y esporádicas, pero que de ningún modo les roba el tiempo ni las energías para entregarse de lleno o construir grandes causas. De manera indirecta su alejamiento de una militancia fuerte, dura, que caracterizó a otras generaciones juveniles (por ejemplo a la de los 60), podría estar mostrando desazón o desinterés por esas causas así



como por los líderes que las dirigen (sindicakistas, políticos, líderes de opinión entre otros).

A manera de cierre

La sociedad de la información, impulsada a partir de los años 90, prioriza la organización red debido a que este tipo de estructura construye canales de colaboración y cooperación para actividades productivas, educativas, de comunicación y entretenimiento, con lo cual es posible afirmar que valoriza la interacción digital y el ciber-activismo. El activismo como modelo de respuesta cuenta con una larga historia y muchas aplicaciones, algunas de las cuales han servido para enfrentar el orden establecido proponiendo uno nuevo o simplemente deslegitimando el existente, pero ahora lo novedoso son los recursos digitales que contribuyen a potenciarlo y actualizarlo. En un escenario global como el presente y al amparo de la emergencia de numerosos recursos digitales disponibles, resulta sencillo convertirlos en fuentes organizativas para la acción, sobre todo entre quienes se han apropiado culturalmente de dichos recursos.

Una nueva dimensión espacio temporal, que es parte constitutiva de los procesos de digitalización y virtualización, juega en favor de esos novedosos apoyos para organizar acciones. Igual pueden ser útiles para convocar a un concierto juvenil que para resistirse a ciertas normas sociales o rebelarse ante situaciones antidemocráticas o autoritarias. Como afirman los postulados de la sociedad de la información, resulta más importante el proceso que su contenido, y en nuestro caso, puede resultar más indicativo conocer como se llevan a cabo esos procesos de interacción o activismo vía red, que su contenido.

El modelo comunicativo de los nuevos medios digitales no sólo ha alcanzado el viejo anhelo de lograr una comunicación de doble vía, participativa, con

alternancia en los lugares que ocupan emisor y receptor, sino que crea circuitos efectivos al margen de los tradicionales, con los cuales obvian la antigua dependencia de los medios tradicionales, generalmente vedados para las expresiones juveniles, en especial las de rebeldía y protesta. Nuevos medios, nuevo modelo comunicativo, nueva dimensión espacio-temporal que borra fronteras y elimina restricciones temporales, son elementos que facilitan acciones asincrónicas y globalizadas. Las voces juveniles se visibilizan mediante estos canales, no obstante, según los resultados obtenidos hasta ahora, son pocos los que hacen uso a fondo de esas posibilidades.

Como expresan Casacuberta y Gutiérrez Rubí (2010), introducir nuevas tecnologías de información y la comunicación en los procesos de participación no lleva a crear un nuevo tipo de participación, se trata simplemente de ampliar la participación.

En nuestra opinión, cuando se habla de participación y sobre todo de activismo, no debemos pensar sólo en rebeldía, oposición, ruptura, también debe incluirse en ese concepto la posibilidad de expresarse, de abrir canales alternativos y con ello, agendas alternativas de información, hasta hace poco controladas sólo por grandes consorcios mediáticos de diverso signo.

En el estudio que estamos llevando a cabo quedó claro que son pocos los jóvenes que crean contenidos originales, de autor, mediante los espacios digitales. Esto indica que si consideramos, como lo estamos haciendo, que la integración de los grupos focales representa al común de los jóvenes de cada sector, debemos indagar también opiniones de grupos específicos de creadores y activistas sociales que emplean redes. Queda claro también que producir contenidos no convierte a un usuario en un activista, son más frecuentes en cambio, las interacciones entre pares cuyo contenido es cercano a sus dinámicas cotidianas

de vida, pero alejados de los grandes temas sociales. Así, esta primera parte del estudio confirma lo que hemos sostenido en trabajos anteriores: los recursos digitales son sólo instrumentos para la acción (educativa, social, de entretenimiento, de relaciones).

Podemos concluir asimismo, reiterando lo que a se ha dicho en otros trabajos: en la cosmovisión juvenil actual no existe ruptura entre digital-real, sino que se trata de nuevos recursos para realizar las mismas cosas pero con herramientas nuevas que les permiten ser originales. Es por ello que el usuario de recursos digitales explora aspectos de gran valor actual, como la capacidad de sorprender a los demás con expresiones originales (en videos, en twitter, en fotos), por medio de los cuales a su vez transmiten emociones (alegría, felicidad, enojo, indignación) que probablemente les resulte más difícil mostrar en directo o por otros medios⁹. Como aspecto positivo percibimos una suerte de competencia íntima por encontrar lo que los otros no ven, de darle valor a partir de su capital cultural a ciertas cuestiones que los demás no alcanzan a vislumbrar.

Finalmente, cabe enfatizar que según las opiniones de los jóvenes consultados en este estudio, existen tres tipos de usuarios de las redes: dos grupos pequeños, conformados de un lado por consumidores pasivos y en el otro por creadores (activos), y un grupo amplio que se conforma con repetir, compartir, difundir contenidos elaborados por otros a los que transforma escasamente. Esta es la franja más amplia y es el sector que debe ser estudiado con mayor cuidado para determinar tanto las características de los diferentes usuarios que se ubican en este segmento, como las dinámicas que siguen para pasar de un grado de no participación a uno de mayor interacción o de activismo. El análisis cuidadoso de este grupo de jóvenes es indispensable porque como no había ocurrido antes, ahora tienen en sus manos herramientas para expresarse, denunciar, criticar, así

⁹ Los emoticons salvan a los sujetos de explicar sus emociones y la etandarizan al menos en su representación gráfica.

como para cambiar el rumbo social a partir de un pensamiento crítico transversal, longitudinal. El hecho de que no se apropien de ellas debe ser preocupante para la investigación y para las políticas públicas. La juventud, ahora y siempre, conforma la generación de cambio, la que se confronta con los mayores aportando nuevos retos y desafíos para transformar la sociedad en la que vive. Por ello es necesario que se apropien de los recursos tecnológicos de su tiempo y se expresen a través de ellos.

Por último, más allá de los pequeños o grandes temas lo interesante fue identificar y dibujar los diversos tipos de participación. En general, parecería que los jóvenes no están interesados en los grandes temas universales que caracterizaron a las líneas de acción de generaciones pasadas, no obstante, hacen cosas aparentemente pequeñas que generan cambios paulatinos y sobre todo, ejercen la presión social de manifestarse, de visibilizarse en sociedades que tienden a ignorarlos o descalificarlos. Es por ello que para llegar a contar con una comprensión más amplia de lo que es la producción en red, hay que analizarla desde lo que suben (repitiendo o modificando) y no desde lo que consumen o reciben, o dicho de otro modo, de lo que expresan en sus contenidos escritos, escrito-visuales, visuales, sonoros o audiovisuales. Repetir, modificar aunque sea un poco, crear o cambiar mucho, es donde podemos detectar distintos niveles de compromiso con temas, actividades, problemas sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Crovi, D. (2009). *Acceso, uso y apropiación de las TIC en comunidades académicas. Diagnóstico en la UNAM*. México: UNAM/Editorial Plaza y Valdés.

Crovi Druetta, D. (2012). *Jóvenes y apropiación tecnológica. La vida como hipertexto*. México: UNAM y Sitesa Editores.

Crovi, D., & López, R. (2012). “La huella de las tecnologías digitales en la vida cotidiana de los jóvenes universitarios”. En L. Hinojosa (coord.), *Educación, ciencia y cultura: Miradas introspectivas a las comunidades universitarias en México*. (pp. 11-44). España: Comunicación Social.

Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI (2012). Hábitos de los usuarios de Internet en México. Disponible en:

<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1>

Casacuberta D., & Gutiérrez-Rubí, A. (2010, agosto-octubre). E-Participación: de cómo las nuevas tecnologías están transformando la participación ciudadana. En *Razón y Palabra*, 73, México. Disponible en <http://razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/12-M73Casacuberta-Gutierrez.pdf>

Echeverría, J. (2000). *Un mundo virtual*. España: Plaza & Janés Editores.

Henriquez Ayala, M. (2011, 25 de septiembre). Clic Activismo: redes virtuales,



movimientos sociales y participación política. En *El Faro*, Valparaiso, Chile:

FCPyS. Obtenido el 16 de febrero de 2012 en:

<http://web.upla.cl/revistafaro/n13/art04.htm>

INEGI (2013). *México en cifras*. Disponible en <http://www.inegi.org.mx>

Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia*. Buenos Aires: Paidós.

Tapscott, D. (2009). *Era digital. Cómo la generación Net está transformando al mundo*. México: Mc Graw Hill.