

Los jóvenes y la apropiación de la tecnología

Israel Tonatiuh Lay Arellano

Tonatiuh_lay@suv.udg.mx

Instituto de Gestión del Conocimiento y Aprendizaje en
Ambientes Virtuales, México

Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, "Jóvenes y tecnología: nuevas formas de socialización". Año 3, número 4, octubre 2012-marzo 2013.

Recibido: 28-02-2013

Aceptado para su publicación: 11-03-2013

Los jóvenes y la apropiación de la tecnología

Israel Tonatiuh Lay Arellano

TELCHAK

Resumen

En distintos foros se ha concluido que hoy en día los jóvenes se encuentran ensimismados y que la tecnología juega un papel fundamental en la relación de éstos consigo mismos y con su entorno. Las premisas que todavía se encuentran en debate es qué tanto y de qué manera la tecnología influye en el grado de estas relaciones, cómo las vuelven deficientes o las potencian. Pero ¿Quiénes son los jóvenes? ¿Qué tecnología utilizan? ¿Quiénes tienen acceso a esta? ¿Cómo influye en la relación entre ellos mismos y con su entorno? ¿Cómo se apropian de ella? Este texto tratará de aportar elementos para contribuir a este debate en nuestro país.

Palabras clave

Plataformas de redes sociales virtuales, jóvenes, tecnología.

Abstract

In different forums it has been concluded that young people today are self-absorbed and technology plays a key role in their relationship with themselves and their environment. The premises that are still under debate is how much and how technology influences the degree of these relationships, how become deficient or enhanced. But who are the young people? What technology do they use? Who has access to this? How does the relationship between themselves and their environment? How appropriate it? This paper will attempt to bring items to contribute to this debate in our country.

Keywords

Virtual networking platforms, young, technology.

¿Quiénes son los jóvenes?

Desde una perspectiva teórica, de acuerdo con Juan Antonio Taguenca Belmonte, el concepto de juventud presenta varias perspectivas para su análisis, pero cualquier definición sustantiva de lo juvenil es algo parcial, ya que señala este autor, "el concepto es difícil de anclar en realidades concretas que le den identidad desde categorías bien definidas que no caigan en estereotipos periclitados de antemano", y añade una dimensión constructora en donde "lo juvenil se convierte en cohortes generacionales en proceso de formación para lo adulto (...), por lo que los jóvenes generan su propia construcción".

El tipo ideal de joven que tenemos en mente es autónomo e independiente: es constructor de un "sí mismo" alejado de sus roles tradicionales, alejamiento que le es posible sólo a través de la creación de culturas propias, caracterizadas por su gran variedad y veloz transformación. Esto lo convierte también en destructor de aquello que lo objetiva, subjetiva e individualiza desde la cultura dominante y sus instituciones: familia, escuela, trabajo, mercado y Estado (...) Inde-

pendientemente de cuáles sean las formas que adquieran estas construcciones, lo importante en ellas es su negación de la cultura dominante, sea ésta la que fuere. Es esta negación la que está detrás de la rebeldía transformadora de lo dado que se intuye como liberación del "yo joven" a través de una confrontación que niega las raíces culturales de la élite para dar paso a la "nueva cultura" (Taguenca, 2009)

De las premisas de que es un concepto difícil de anclar a realidades concretas, y que posee una característica de creación de cultura propia, que es variada y de veloz transformación, podemos adicionar que más que una dificultad para fijarlo, se trata de un concepto dinámico, lo que le da la justificación y al mismo tiempo el sustento para que pueda corresponderse la segunda idea. En este sentido, se puede entender la clasificación que encontramos en la literatura anglosajona sobre las generaciones, que van desde la llamada Gran generación, con la que inició el Siglo XX (1901), hasta la Generación Z, cuyos integrantes nacieron

entre 1994 y 2004. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Juventud se define "como las personas que se encuentran en el rango de edad de 15 a 24 años. Esto representa un parámetro para que cada nación establezca una definición propia, por ejemplo en la Comunidad Europea el rango de edad oscila entre los 15 y 29 años, para el caso de México es de 12 a 29 años" (IMJUVE, 2008: 4).

En este sentido, hoy en día los jóvenes serían integrantes, gran parte de la generación Y, y de toda la generación Z. La generación Y es considerada la primera considerada como global y digital, con un libre acceso a la información, lo cual la empodera y define una de sus características: su actitud desafiante. En cuanto a su tamaño en México, un estudio de IBOPE AGB, que es un grupo de métrica y generación de conocimiento sobre audiencias de medios de comunicación en México, señalaba que ascendía al 35% de la población en nuestro país en 2011 (Castillejos, 2011). Por su parte, los integrantes de la Z son considerados como nativos digitales, que aunque dominan por completo la tecnología a su alcance, su corta edad los puede hacer susceptibles de influencia, debido a la inexperiencia para discriminar la información que les llega por múltiples vías.

En otras palabras, la tecnología brinda múltiples canales de información alternativa a los medios tradicionales, pero también estar sometido a su exclusiva exposición hace perder contacto con la realidad, esto es, no todo lo que se dice a través de la tecnología es verdad, por lo que se requiere una postura crítica. La afirmación anterior está basada en el interés de los medios y de los empresarios en definir esta generación, pero no en pro de la ampliación del conocimiento, sino porque son un mercado extenso, una muestra de ello es que tanto artistas, empresas, corporaciones y organizaciones han abierto espacios en Facebook o cuentas en Twitter como una nueva forma de acercarse a esta generación.

De la misma manera lo corrobora un reporte presentado en 2012 por la filial mexicana de la JWT, el cual destaca que "debido a que la Generación Z está más conectada y tiene mayor facilidad para usar la tecnología que cualquier otra generación anterior, las marcas enfrentan el reto de ofrecer experiencias óptimas y herramientas digitales, y sincronizarse con los consumidores en las plataformas emergentes y en formas innovadoras" (AMAP, 2012), pero ¿Cuántos jóvenes en México pueden enmarcarse en este

contexto ¿Cuáles son estas plataformas a través de las cuales están comunicados e informados? Los siguientes datos pueden darnos una idea al respecto.

Los datos

La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), valida el estudio sobre hábitos de internet que cada año realiza la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Esta investigación se realiza entre finales de abril y principios de mayo. De los datos que arrojó su versión de 2012, se resalta que los usuarios en México son 40.6 millones, y las principales actividades por las que los mexicanos se convierten en internautas son: 1) búsqueda de información (29%); 2) utilizar el correo electrónico (28%); 3) uso de videojuegos (17%); y 4) acceso a "redes sociales" (17%), de este rubro podemos destacar que escaló a la segunda posición, con 77% de las actividades online, sólo por debajo del envío y recepción de correos electrónicos, con 80%, mientras que la búsqueda de información apareció en tercer sitio, con 71%. Sin embargo, se continúa subrayando en ese estudio que la utilización de "redes sociales" está catalogada como entretenimiento, al colocarse como la principal actividad de este concepto online (Amipci, 2012).

Otro estudio, el del World Internet Project, iniciado por el Center for the digital future de la Annenberg School for Communication de la Universidad de Sur de Carolina, y cuyo capítulo México coordina el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México, fue realizado en nuestro país entre los meses de junio y julio de 2012, con una metodología de entrevista a dos mil usuarios de todas las entidades federativas, arrojando los siguientes datos: El número de usuarios asciende a 52.3 millones, el 44% de los internautas se concentran entre los 12 y los 25 años, mientras que el acceso a redes sociales se acerca a una décima a la actividad de revisión de correo electrónico (86% y 87% respectivamente), y se destaca un creciente uso de los teléfonos celulares para acceder a la web (WIP, 2012).

Ambos estudios señalan que las plataformas más utilizadas para redes sociales virtuales son Facebook, YouTube y Twitter, aunque también existen otras como Hi5, Badoo, Sonico, LinkedIn, MySpace, Flickr, Buzz, Second Life, Ustream, Ping, Foursquare, Formspring y yammer, aunque algunas de estas sólo alcanzan el 1% de usuarios del total de internautas de nuestro país. Todo lo ante-

rior constituye una oferta múltiple de plataformas, sin embargo, hay que resaltar dos posibles niveles en la comprensión y apropiación de las redes sociales virtuales: la primera, como una simple conjunción de individuos ligados por temas comunes, y el segundo nivel, donde, según el interés de la temática, los individuos comparten y difunden información, y crean entre los participantes de estos dos bloques una brecha digital de segundo nivel, que es entendida como “la diferencia en la capacidad de aprendizaje que surge entre los miembros de una sociedad, en función a la calidad de los contenidos digitales a los que acceden y hábitos y criterios de uso de las TIC’s a las que tienen acceso” (Córica, 2012). Entonces ¿los jóvenes están condenados a una educación acrítica ante los medios y la tecnología? La respuesta es no.

¿Educar por o en los medios?

La solución a lo anterior no sólo es la alfabetización mediática y la alfabetización digital, tarea que comenzó a desarrollarse en nuestro país desde la década de los noventa del siglo pasado, con esfuerzos teóricos de académicos como Guillermo Orozco, Mercedes Charles y José Martínez-de-Toda y Terrero, entre otros; así como metodológicos impulsados por instituciones como la Universidad Pedagógica Nacional y el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, donde en 1994 Javier Arévalo coordinó el desarrollo de un paquete didáctico para profesores que buscaban trabajar temas audiovisuales en el aula usando los medios para la educación (Ávila, 2010), antecedente de las actuales herramientas para la alfabetización mediática.

Además de estos esfuerzos, algunas agrupaciones consideran que es vital la incorporación de materias como Derechos humanos o Comunicación en la currícula de educación básica. Esta idea impulsó a ciudadanos y organizaciones sociales a desarrollar de Declaración de Madrid, en el año 2005¹. Desde esta visión, propuestas como *apantallad@s*, de Irma Ávila Pietrasanta, ha tenido el objetivo para crear generaciones de receptores más críticas frente a los medios de comunicación a través de talleres de educación para medios (EPM), sobre ésta, Ávila señala:

La EPM busca establecer procesos dialógicos entre los individuos y de éstos con los medios, para que se dé la interacción en forma horizontal, propiciando las actitudes democráticas y participativas. Porque al utilizar los medios en el aula y ayudar a la adquisición significativa del conocimiento, el sujeto construye con lo que le es cotidiano y cercano, y reconstruye lo visto en los medios como canal expresivo de sus propias aportaciones. Lo que se considera como más importante, la EPM ayuda a la persona a tomar distancia y discernir sobre la construcción que de la realidad le ofrecen los medios, generando en ella elementos para ejercer una reflexión y tomar postura personal frente a los acontecimientos de la sociedad.

Si bien lo anterior no es un requisito forzoso para que los jóvenes sean críticos en el uso de la tecnología, sobre todo con la apropiación de las plataformas de redes sociales virtuales, tenemos la hipótesis que formal o informalmente la EPM ha hecho que los jóvenes en diversos lugares del mundo tengan una postura crítica ante determinados acontecimientos sociales, y al mismo tiempo, la apropiación de la tecnología como un medio de información y comunicación sincrónico potenció la capacidad de movilización. A continuación mencionaremos algunos ejemplos que dan cuenta de ello.

La apropiación tecnológica en las ciberprotestas alrededor del mundo

Es claro que el uso de la tecnología para organizar las protestas y la organización social no es exclusiva de los jóvenes, incluso en países como Estados Unidos este tipo la apropiación tecnológica con este objetivo se ha hecho desde antes de las populares plataformas de redes sociales virtuales, es así como tenemos ejemplos como el de la manifestación contra la Cumbre de la Organización Mundial de Comercio, en noviembre de 1995, en la ciudad de Seattle, que se organizó a través de Internet, hasta el movimiento *Occupy Wall Street*², convocada y organizada a través de las Plataformas e iniciada el 17 de noviembre de 2011, y que continúa

¹ Puede consultar la declaración en <http://www.declaraciondemadrid.org/>

² Cuyo objetivo es protestar contra el poder omnímodo de las empresas y las evasiones fiscales sistemáticas del 1% más rico.

La tecnología brinda múltiples canales de información alternativa a los medios tradicionales, pero también estar sometido a su exclusiva exposición hace perder contacto con la realidad, por lo que se requiere una postura crítica.

El movimiento #YoSoy132

activa a la fecha, con sede principal en Nueva York, pero extendida a varias ciudades de Estados Unidos, Canadá, el Reino Unido y Australia.

Así mismo, en el año 2010 fuimos testigos de las revueltas que iniciaron en los países árabes, donde también cabe aclarar que los medios de comunicación occidentales han magnificado el uso de la tecnología por encima de la verdadera efervescencia social. En otras palabras, si bien dichas agitaciones lograron derrocar los gobiernos de Túnez, Egipto y Libia, y son virulentas en Siria y en Yemen, es gracias al activismo de los ciudadanos en las calles. En este sentido, la tecnología ha sido utilizada como una herramienta de comunicación sincrónica.

En España la situación económica de 2011 obligó a los ciudadanos carentes de empleo y oportunidades a manifestarse en la Puerta del Sol en Madrid. Esta manifestación fue convocada a través de *hashtags* como #acampadasol, #M15, #nonosvamos, #spanishrevolution y #democraciarealya, en Twitter. De los diez *trending topics* de la semana del 15 de mayo de ese año en España, la mayoría estaban asociados a la movilización pacífica (Gómez, 2011). Diversas fuentes señalan que en ese complejo contexto, el Partido Socialista Obrero Español, en el poder, perdió las elecciones contra el conservador Partido Popular, sin embargo, al igual que en las revueltas árabes, el papel de la tecnología ha sido magnificado, cuando el peso de la movilización se encuentra en las redes de personas reales.

Otro ejemplo es el movimiento estudiantil que se generó en Chile en junio de 2011, cuyo objetivo era la exigencia de una educación gratuita y de calidad. Estas protestas fueron apoyadas por la Central Unitaria de Trabajadores, la cual llamó a un paro nacional de cuarenta y ocho horas los días 24 y 25 de agosto. En todas estas movilizaciones las redes sociales virtuales se utilizaron para organizar y convocar a la población. El gobierno tomó la medida de monitorearlas para "revisar" lo que se opinaba sobre el tema, pero desistió tras la desaprobación de los ciudadanos.

#YoSoy132 ha sido un movimiento paradigmático en México por su origen no sólo estudiantil, sino desde una prestigiada universidad privada. Recordemos que su antecedente directo fue una manifestación contra el entonces candidato Enrique Peña Nieto en la Universidad Iberoamericana el 11 de mayo de 2012. La respuesta de los dirigentes tanto del Partido Revolucionario Institucional (PRI) como del Partido Verde (PVEM) fue demasiado visceral, acusando a los manifestantes de porros, de no ser estudiantes y de alcanzar apenas una veintena, lo cual fue reproducido en los medios electrónicos tradicionales y en la prensa escrita.

Podemos hipotetizar al señalar que tal respuesta se debió a que al tratarse de una institución de educación superior privada, el descontento podría detonar en la idea de que no sólo era la "plebe" que estudiaba en las Universidades públicas las que por influencia de la izquierda reproban al candidato, sino que ahora esta situación parecía extenderse ahora a otros estratos sociales, sobre todo a jóvenes que tradicionalmente habían sido calificados como "apáticos" políticamente. La respuesta de los estudiantes fue subir un video a Youtube donde 131 alumnos se identificaban plenamente. El apoyo y solidaridad hacia ellos llevó a crear el *hashtag* #YoSoy132.

El logro de las convocatorias a las marchas contra Enrique Peña a través de facebook y Twitter, así como la organización y transmisión del tercer debate entre candidatos presidenciales, por Youtube, es una clara muestra de cómo este movimiento se ha apropiado de las Plataformas de redes sociales virtuales, pero seguimos haciendo énfasis, no se trata de la tecnología por sí misma, sino por la fortaleza de la propia organización. Cabe también resaltar que este movimiento no sólo fue electoral, sino que su creación sigue vigente al tener como objetivo la democratización de los medios de comunicación, como lo señalaron en su declaratoria, en el mes de mayo de 2012, que señala dos ejes fundamentales:

1. La exigencia de la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la información de los mexicanos, en el entendido de que ambos elementos resultan esenciales para formar una ciudadanía consciente y participativa.
2. La búsqueda de la democratización de los medios de comunicación con el fin de garantizar una información transparente, plural y con criterios mínimos de objetividad para fomentar una conciencia y pensamiento críticos.

Lo anterior significa energía renovada para el *Frente nacional por una nueva ley de medios*, fundado en febrero de 2008, bajo auspicio de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi), por Javier Corral, y por setenta y tres organizaciones más. De hecho, este movimiento se encuentra hoy en una situación de mayor ventaja que hace cinco años, gracias a la apropiación de la tecnología y el uso de las plataformas para redes sociales virtuales, lo que lo perfila no sólo como un contrapeso informativo, y como una "presión" que exige transparencia en los procesos que se discuten hoy en día con respecto a los medios electrónicos de comunicación.

En este sentido, estos jóvenes no sólo son consumidores y *prosumidores* de la tecnología, sino que están atentos a los cambios en la legislación. La contribución a ello, si bien es de seguimiento y atención a que los derechos de todos no sean vulnerados, no es menor³, pues se trata del derecho a la información y a la comunicación de todos los mexicanos, y por ende a la toma de decisiones más fundamentada que finalmente debe impactar en la democracia.

En nuestro contexto actual tenemos una diferencia extrema en la brecha digital de segundo nivel, mientras hay jóvenes participando en movimientos sociales como el #YoSoy132, y apropiándose de los medios, para impulsar la comunicación y la información, otros continúan inmersos en los factores de entretenimiento que brinda la tecnología. Así mismo, en algunos años tendremos a los primeros jóvenes de una generación que aún no ha sido teorizada, ni siquiera definida: quienes nacieron a partir del año 2005. Ante este aparente vacío conceptual, algunos blogueros han comenzado a discutir el tema, y nombres como Generación 3D se han propuesto, justificado por "la unión de las generaciones X, Y y Z, como en un cuadrante de coordenadas tridimensional, porque esta generación abarca todas las características de las generaciones pasadas: Rebeldía, avances, tecnología" (Mundoextraordinario.com, 2010).

Finalmente, los jóvenes y los próximos jóvenes requerirán más que el dominio de la tecnología como nativos digitales que son, una guía que bien puede incluirse en la currícula de la educación formal básica, media e incluso superior, en la temática de derechos humanos y alfabetización mediática, como lo propone Irma Ávila; así como en la educación informal, a través del conocimiento y seguimiento de organizaciones sociales, de diversos objetivos, a través de las plataformas de redes sociales virtuales, aunque ello requiere que las actuales generaciones exijan el derecho a la comunicación, información y libertad de expresión a través de éstas, sin que por ello sean criminalizadas, un riesgo latente hoy en día y que también debe ser obligación de todos nosotros, ciudadanos, estar alertas en su implementación. Como un círculo virtuoso, entre mejor informados estemos, más podemos incidir en la discusión y aplicación de cualquier tipo de restricción a los derechos humanos.

³ En estos momentos se discute la reforma a la legislación de medios (marzo de 2013), y está en puerta el proceso de licitación de la segunda y tercera cadena de televisión abierta.

Referencias

- AMIPCI. (2012). *7mo. Estudio sobre los hábitos de los internautas en México*. México.
- Ávila Pietrasanta, I. (2010). *Apantallad@s. Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños*. Comunicación Comunitaria A.C. México.
- Córica, J. L. (2012). La brecha digital de segundo nivel en Latinoamérica, en el *Congreso Conectáctica 2012*, junio de 2012, Universidad de Guadalajara.
- INJUVE. (2008). *Perspectiva de la Juventud en México*. México.
- Taguena Belmonte, J. (2009) El concepto de juventud, en *Revista mexicana de sociología*, Rev. Mex. Sociol v.71 n.1 México ene./mar.
- WIP. (2012). *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. México.

Fuentes electrónicas

- AMAP. (2012). *La generación Z: La tecnología digital en su ADN*. Extraído de: <http://www.conexionamap.com/2012/04/24/la-generacion-z-la-tecnologia-digital-en-su-adn/>
- Castillejos, E. (2011). *35% de los mexicanos integra la llamada Generación Y*. Extraído de: <http://www.merca20.com/35-de-los-mexicanos-integran-la-llamada-generacion-y/>
- Gómez, N. (2011). *La acampada preelectoral en España revoluciona las redes sociales*. Extraído de http://www.eltiempo.com/mundo/europa/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-9406864.html
- Mundoextraordinario.com. (2010) *Generación X, Generación Y, Generación Z ¿Qué sigue?* Extraído de: <http://mundoextraordinario.com/generacion-x-y-z-que-sigue.html>

¿Cómo citar?

LAY ARELLANO, I. T. (2013, Marzo). Los jóvenes y la apropiación de la tecnología, en *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Año 3, número 4, octubre 2012-marzo 2013.