

Jóvenes universitarios interactuando en red: tres contextos, tres miradas

Young university students interacting in a network: three contexts, three looks

Rocío López González, María Guadalupe González Lizárraga, Gladys Ortiz Henderson
 Universidad Veracruzana, Universidad de Sonora, Universidad Autónoma Metropolitana-Lerma

DOI: <http://dx.doi.org/10.15304/ricd.2.5.3526>

Fecha de recepción: 17-10-2016

Fecha de aceptación: 08-12-2016

Resumen

Este artículo presenta resultados del proyecto “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social” realizado en el marco del Programa de Investigación de Ciencia Básica SEP-CONACYT (CB 2012/178329), el cual tuvo como propósito generar información acerca del uso que le dan los jóvenes mexicanos a las redes sociales digitales, desde una mirada interdisciplinaria, ya que en ella confluyen las miras de comunicólogos, pedagogos, antropólogos y latinoamericanistas. Los resultados indican que a pesar de provenir de contextos diferentes los jóvenes comparten diversos elementos que los caracterizan: las actitudes que tienen al navegar en Internet, el tipo de redes sociales digitales que emplean los estudiantes; las actividades y temas asociados a su uso; los niveles de interacción; las autopercepciones que tienen sobre éstas. No obstante, existen ciertas particularidades que los diferencian. Cabe enfatizar que el interés central de este artículo es reflexionar sobre la importancia de conocer a las y los jóvenes estudiantes contemporáneos que transitan por las universidades en la era de la cultura digital. Se considera que este análisis brinda diversas líneas de trabajo para futuras investigaciones.

Abstract

This article presents results of the "Youth project and digital culture. New scenarios of social interaction" held in the framework of Basic Science Research SEP-CONACYT (CB 2012/178329), which was aimed to generate information about how young Mexicans use digital social networks from an interdisciplinary look, since it brings together the views of communications specialists, educators, anthropologists and Latin Americanists. The results indicate that despite coming from different backgrounds young people share many elements that characterize them: the attitudes that have to surf the Internet, type of digital social networks that employ students; activities and issues associated with their use; levels of interaction; self-perceptions they have about them. However, there are certain characteristics that differentiate them. It should be emphasized that the central focus of this article is to reflect on the importance of knowing the students and young contemporary transiting universities in the era of digital culture. It is considered that this analysis provides several lines for future research.

Palabras clave

Jóvenes, estudiantes universitarios, cultura digital, redes sociales digitales, educación superior

Keywords

Young, college students, digital culture, digital social networks, higher education.

Sumario

1. Contextos regionales de las tres universidades bajo estudio
 - 1.1 Universidad Veracruzana
 - 1.2 Universidad de Sonora
 - 1.3 Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Lerma
2. Marco conceptual
 - 2.1 Juventud
 - 2.2 Interacción
 - 2.3 Cultura digital
 - 2.4 Redes sociales digitales
3. Nota metodológica y características por institución
4. Similitudes entre las tres universidades: formas de interacción, temas de participación y redes sociales digitales de preferencia
 - 4.1 Diferencias entre las tres universidades: cultura digital y tipo de actividades en las redes sociales digitales
5. A manera de cierre
6. Referencias

Contents

1. Regional contexts of the three universities under study
 - 1.1 Veracruzana University
 - 1.2 University of Sonora
 - 1.3 Autonomous Metropolitan University, unity Lerma
2. Conceptual framework
 - 2.1 Youth
 - 2.2 Interaction
 - 2.3 Digital cultures
 - 2.4 Social Digital Networks
3. Methodological note and institution's characteristics
4. Similarities between the three universities: forms of interaction, topics of participation and preferential digital social networks
 - 4.1 Differences between the three universities: digital culture and type of activities in digital social networks
5. Closure
6. References

Nota biográfica

Rocío López González es profesora de la Universidad Veracruzana. Miembro del proyecto “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social” realizado en el marco del Programa de Investigación de Ciencia Básica SEP-CONACYT (CB 2012/178329). roxxiolo@hotmail.com

María Guadalupe González Lizárraga es profesora de la Universidad de Sonora. Miembro del proyecto “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social” realizado en el marco del Programa de Investigación de Ciencia Básica SEP-CONACYT (CB 2012/178329). lupitag@sociales.uson.mx

Gladys Ortiz Henderson es profesora de la UAM, Unidad Lerma. Miembro del proyecto “Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social” realizado en el marco del Programa de Investigación de Ciencia Básica SEP-CONACYT (CB 2012/178329). gladyshenderson@gmail.com



1. CONTEXTOS REGIONALES DE LAS TRES UNIVERSIDADES BAJO ESTUDIO

Existen innumerables trabajos, reportes y evidencias del mosaico cultural por regiones que constituye a nuestro país; las instituciones de educación superior no son la excepción en este abanico de diferencias, y los estudiantes que las constituyen son el mejor ejemplo de ello, sobre todo en el uso que hacen de las redes sociales digitales. Fue en este sentido, que este trabajo se centra en el análisis del uso que le dan los jóvenes mexicanos a las redes sociales digitales de tres universidades públicas de contextos diferenciados: Universidad Veracruzana (UV), ubicada en el suroeste de México, Universidad de Sonora (UNISON), ubicada en el norte, y Universidad Nacional Autónoma Metropolitana (UAM), ubicada en el centro del país. A continuación, se presenta una descripción general de cada una de ellas.

1.1 UNIVERSIDAD VERACRUZANA

La UV inicia sus actividades en 1944. Es una universidad grande y compleja, con presencia en cinco regiones: Coatzacoalcos-Minatitlán, Orizaba-Córdoba, Veracruz, Xalapa, Poza Rica-Tuxpan y en 28 municipios a lo largo del territorio veracruzano. Se ha colocado como una de las cinco más importantes del país, y es considerada como la institución de educación superior más prestigiada en el estado de Veracruz. A decir de las autoridades, la institución está comprometida con el desarrollo económico, social y cultural de México y, en especial, con el de la entidad veracruzana, ya que reconoce la diversidad socio-cultural de su entorno y asume el compromiso de su quehacer académico con el propósito de aportar respuestas viables y efectivas a las necesidades y problemas de la comunidad.

El estudio se desarrolló en el período 2013-2014, con estudiantes del campus Xalapa, el cual contaba en ese momento con 32 facultades y 52 programas educativos, pertenecientes al Sistema Escolarizado, distribuidos en seis áreas académicas (Artes, Biológico-Agropecuaria, Ciencias de la Salud, Económico-Administrativa, Humanidades y Técnica). Se determinó obtener una muestra de estudiantes buscando un número óptimo de representatividad para este campus, incluyendo los programas de mayor y menor matrícula dentro de las seis áreas de conocimiento, esto último debido al interés por

captar la diversidad estudiantil de la Universidad.

Durante el periodo de aplicación de cuestionario, la población de estudiantes matriculados en la UV fue de 5,378 (UV, 2014). A partir de esta cifra se calculó una muestra con un nivel de confianza de 99%, considerando un margen de error de +/- 5% y una proporción del .5. La selección de los participantes se realizó de manera proporcional al tamaño de cada programa dentro de las áreas académicas, y finalmente se aplicaron los cuestionarios en grupos que correspondían a diversas asignaturas o experiencias educativas, hasta cumplir con la cuota de la muestra. En total se recopilaron 594 cuestionarios.

La muestra está constituida por 55% de mujeres y 45% de hombres, de entre 18 y 34 años. Los estudiantes procedían en su mayoría del estado de Veracruz, pero también se registraron de otras entidades cercanas como Puebla, Tabasco, Tamaulipas y Oaxaca. La diversidad de los rasgos de origen de los jóvenes estudiantes habla de un fenómeno de multiculturalidad. En el caso de la matrícula de la UV, esta situación es algo que se refleja más en la ciudad de Xalapa, sede del campus universitario, donde la migración y establecimiento de individuos de otros municipios, estados e incluso países, construye una ciudad con diversas actividades artísticas, sociales y culturales que suelen estar ligadas a la institución universitaria.

1.2 UNIVERSIDAD DE SONORA

La UNISON, fundada en el año 1942 se ubica en el noroeste de México. Su apertura se da como respuesta a necesidades sociales, de avance científico y de desarrollo económico del estado de Sonora. Actualmente se coloca como una institución de tamaño medio en el país, aun cuando es la más importante en la región (AméricaEconomía, 2016) y concentra el mayor porcentaje en la matrícula de las instituciones de educación superior con la presencia en cuatro ciudades en el estado (Caborca, Santa Ana, Hermosillo y Obregón). Se distingue por su amplia y variada oferta educativa con 85 programas de licenciatura y posgrado, concentrándose la matrícula en 76 programas de licenciatura con 29,377 estudiantes (SIE-UNISON, 2015).

En esta institución se aplicaron 713 cuestionarios entre los estudiantes que asisten a los cursos generales de inglés, distribuidos de

la siguiente manera: el 30.4% se encuentran en carreras agrupadas en la División de Ingeniería; 18% de Ciencias Sociales; 15% corresponden a Ciencias Biológicas y de la Salud; las áreas Económico-administrativas, así como la de Humanidades y Bellas Artes, alcanzan un porcentaje de 14.3% cada una; en tanto que sólo un 8% fueron de la División de Ciencias Exactas. La edad promedio se coloca en los 20 años (DT=2.3). Del total de estos estudiantes, 51% son mujeres y 49% son hombres, porcentaje similar presente en la población total de la UNISON.

Dentro de las características de esta población estudiantil se ha reportado una alta posesión de bienes de cómputo e informáticos, así mismo, la institución reporta una alta inversión a este tipo de servicios al acceso de la población estudiantil, posibilidad presente por la cercanía con la frontera y el fácil acceso de estos bienes a bajo costo, así por las condiciones de ventaja económica en general que presenta para la población en el estado (INEGI, 2015).

1.3 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD LERMA

La UAM, ubicada en la ciudad de México, se fundó en 1973 como organismo descentralizado y autónomo para cubrir las necesidades educativas del país de aquel tiempo. Las tres primeras unidades fueron la de Xochimilco, Azcapotzalco e Iztapalapa, posteriormente se fundó la unidad Cuajimalpa y más recientemente la unidad Lerma. Si bien en la Universidad Autónoma Metropolitana se imparten 75 licenciaturas y 62 programas de posgrado, en la unidad Lerma sólo existen cuatro licenciaturas desde su creación en 2009. Las licenciaturas que se imparten en la unidad Lerma son la de Políticas Públicas, Biología Ambiental, Ingeniería en Recursos Hídricos y Arte y Comunicación Digitales, con una matrícula de alrededor de 400 estudiantes en total.

La unidad Lerma se ubica en la cabecera municipal del municipio de Lerma de Villada en el Estado de México, muy cerca de la carretera que conecta a la ciudad de México con la ciudad de Toluca. Cabe decir que esta es la única unidad de la universidad que se ubica fuera de la ciudad de México pues se fundó con el objetivo de cubrir las necesidades de educación superior específicas de esa región del país. Asimismo, el modelo de esta unidad se basa en la interdisciplina y en la novedad de sus

planes de estudio ya que los estudiantes que acuden a ésta cursan materias tanto disciplinarias como interdisciplinarias, así como planes de estudio que difícilmente se encuentran en otras universidades. Esta última es una de las principales razones por la que los jóvenes optan por esta unidad, además de ser una opción más para quienes no obtienen lugar en alguna otra institución de educación superior en la ciudad de México o Toluca.

En el caso de la unidad Lerma se adoptó una estrategia metodológica mixta, combinando el enfoque cuantitativo (con la aplicación de cuestionarios) y cualitativo (desarrollo de grupos de discusión). Sin embargo, en este texto presentamos solamente los resultados de la aplicación del cuestionario de carácter cuantitativo, el cual se aplicó a una muestra de 196 estudiantes. La muestra se calculó con un margen de error de +/-5% considerando el total de estudiantes matriculados en el trimestre de enero-marzo de 2014, en el cual había 318 estudiantes inscritos. La aplicación del cuestionario se realizó entre el 27 de febrero y el 7 de marzo de 2014. La muestra se compuso por un total de 58% de mujeres y 42% de hombres, con una media de edad de 21 años.

Antes de continuar es importante aclarar que la población de la unidad Lerma es muy particular. Los orígenes socioculturales de los estudiantes que acuden a esta unidad son muy diversos y dispares. Por su ubicación, puede haber jóvenes que vienen del campo, de regiones semi-rurales o de la ciudad, de México o de Toluca. Algunos viven muy cerca de la escuela, mientras otros, tienen que trasladarse desde zonas que se encuentran a más de dos horas de camino. Esto es importante decirlo pues los resultados que abajo detallamos deben ser leídos a partir de esta mirada que pone énfasis en las diferentes juventudes que se encuentran en un mismo espacio escolar.

En suma, la historia de apertura de las dos primeras universidades obedece al desarrollo regional de los años cuarenta, vinculadas a la economía pero también al desarrollo de la ciencia y arte como es el caso de la UV y UNISON. Mientras que la UAM, unidad Lerma, tiene su apertura en años recientes en un contexto en el cual, si bien existen ya decenas de universidades en diferentes regiones de México, son aún insuficientes para cubrir las necesidades educativas de la zona y del país en general.

2. MARCO CONCEPTUAL

En este apartado se esbozarán de manera breve las categorías centrales del estudio, las cuales fueron clave en el desarrollo del marco metodológico e interpretación de resultados. Las categorías centrales son: juventud, interacción, cultura digital y redes sociales digitales.

2.1 JUVENTUD

Si bien el estudio partió de las propuestas de diversos organismos internacionales (Asamblea General de las Naciones Unidas, Organización Mundial de la Salud y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe) y nacionales (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía, Instituto Nacional de la juventud, Consejo Nacional de Población), al definir los parámetros de selección de los jóvenes con los que se trabajó, no se rigió por rangos de edad reconocidos, sino que se fijó en un segmento amplio 17 a 30 años, en el que intervienen diversos factores relacionados con la ocupación principal de los jóvenes consultados, así como su nivel socio-económico, lugar de residencia, región del país y en algunos casos, su capital cultural.

La amplitud del rango permitió considerar perfiles diversos y abarcar un universo extendido que incluye actividades variadas, que se expresa e interactúa en redes sociales digitales y que comparten rasgos comunes al convertirse en emisores emergentes.

Cabe mencionar que se consideró el concepto de juventud alargada, que puede hacer llegar este periodo de vida hasta más allá de los 35 años. En la concepción tradicional lineal del paso entre juventud y adultez se consideraban cinco umbrales a superar: finalizar los estudios, ingresar al mercado laboral de tal manera que fuera posible conseguir recursos suficientes para una vida autónoma; la independencia de la familia original; construir un hogar propio y tener el primer hijo. Sin embargo, factores diversos han ido lesionando la fortaleza de esos umbrales haciéndolos poco menos que inalcanzables o quitándoles protagonismo (Nascimento y Álvaro, 2014).

En términos generales, se observó a la juventud como un segmento social integrado por grupos de jóvenes cambiantes, contradictorios, diversos, complejos, que cuentan con determinadas características según el contexto social y cultural en donde se desenvuelven, que actualmente remite a una serie de significados,

culturas y visiones del mundo, estrechamente ligados con el desarrollo e impacto de las tecnologías digitales. Tal vínculo se expresa en las actividades cotidianas y estilos de vida de los jóvenes, que varía dependiendo del tiempo, del espacio y también de su actividad social preponderante.

2.2 INTERACCIÓN

En esta investigación se retomó la propuesta de los psicólogos Leontiev (1981) y Vigotsky (1978) para quienes la interacción es un concepto clave que sirve como enlace entre los procesos psicológicos individuales y los productos culturales. Esta propuesta reivindica la naturaleza social de los sujetos puntualizando que toda actividad humana crea sentido y en ésta se integran aspectos prácticos, emocionales, relacionales y cognitivos de la conducta voluntaria. Desde esta perspectiva los productos culturales contienen sistemas semióticos, conceptos, técnicas, entre otros aspectos, que se interiorizan y llevan a la apropiación, convirtiéndose en parte del individuo y de la persona, con lo que se preserva la sociedad y la cultura, dimensiones que integran la interacción socio-cultural (Crovi, 2013).

La apropiación es una noción clave en esta propuesta teórica pues tiene que ver con el cómo los seres humanos interiorizan el mundo que los rodea a través de la socialización, como un proceso en el que los individuos en contacto con el mundo social toman algunos elementos y dejan otros, originando significados. Al plantear el concepto de apropiación, Leontiev reemplaza la idea piagetiana de asimilación referida a una metáfora biológica y la ubica en el ámbito socio-histórico, refiriéndola a herramientas culturales. Estas herramientas conceptuales resultan pertinentes para analizar la innovación del campo tecnológico así como la relación que tienen los sujetos sociales con la tecnología. En este sentido, los procesos de apropiación de la tecnología determinan, en cierta forma, las distintas formas de interacción que ocurren en los entornos digitales, como las redes sociales.

La apropiación ocurre en escenarios socioculturales específicos, pues como señala Crovi (2012, p. 159) "la apropiación de la tecnología es un proceso socialmente situado, participativo, que ocurre en un espacio socio-histórico determinado y que modifica las prácticas culturales cotidianas". Por tanto, para analizar las interacciones que ocurren en los

entornos digitales como las redes sociales es importante tomar en cuenta la apropiación que los sujetos sociales, en este caso los jóvenes, realizan en estos espacios, los significados y sentidos que le imprimen en sus usos cotidianos.

2.3 CULTURA DIGITAL

En la actualidad mucho se dice sobre dicho fenómeno pero aún no hemos encontrado una definición puntal sobre ésta, cada autor que utiliza esta noción parece dar por sentado que los lectores comprenderán su significado por el simple hecho de estar, aparentemente, inmersos en la cultura digital. A continuación esbozaremos una definición que pudiera apoyar a la literatura relevante en este tema, no sin antes decir que es preciso ahondar en su clarificación conceptual dado lo relevante que ha sido su mención en los últimos años, no sólo en la literatura académica, sino también en los medios de comunicación.

El concepto de cultura digital es complejo ya que la pura mención del término cultura implica la revisión de las más de 200 acepciones que tiene desde la antropología y desde otras disciplinas que se han dado a la tarea de clarificar su definición. Como señala Cucho (2002) hay definiciones semióticas, críticas, funcionalistas, psicológicas, entre muchas otras, sin embargo, la mención de cultura digital nos remite a la introducción de la palabra cultura en campos semánticos en los que antes no era común su uso como en la política, la hablar de “cultura política” o en las empresas, al hablar de “cultura empresarial”. En este orden de ideas, la cultura hace referencia a un conjunto de atributos o formas de ser que comparten quienes participan en lo político o entre quienes pertenecen a cierto grupo que trabaja en una empresa, de esta manera la cultura digital hace referencia a quienes comparten atributos o formas de ser que tienen que ver con lo digital.

Por otro lado, lo digital hace referencia, en la literatura relacionada con el tema, al cambio tecnológico que permitió la transformación de los artefactos que antes eran analógicos en digitales. Con la llegada de la tecnología digital se permitió nuevas formas de almacenamiento y de transmisión de información pues entre un valor y otro sólo es posible utilizar los valores de 1 y de 0, mientras que en lo analógico se permite una infinidad de valores entre una y otra unidad. Esta

transformación dio lugar a la aparición de casi todos los artefactos que utilizamos en la actualidad, como las computadoras, los celulares inteligentes y las tabletas electrónicas, instrumentos que han cambiado las formas cómo nos relacionamos, vivimos y pensamos. Esto último ha dado pie a la reflexión sobre lo digital en la vida cotidiana de la gente, por lo que el vocablo de cultura –junto con el de digital- ha sido una manera de acotar los atributos o formas de ser que compartimos a partir del cambio tecnológico analógico-digital. Más específicamente con aquellas formas de relacionarnos, vivir y pensar que tienen que ver con tecnologías como Internet, la computadora, las redes sociales digitales, entre otras tecnologías de corte comunicativo e informacional.

Se propone, por tanto, que la noción de cultura digital hace referencia a los atributos y hábitos que comparten quienes participan en los entornos tecnológicos que se vieron afectados por la modificación analógico-digital, más aún, en aquellos entornos tecnológicos que hacen posible la construcción de grupos o comunidades que sólo tienen cabida gracias a esta transformación como son las redes sociales, las comunidades en línea, entre otros.

2.4 REDES SOCIALES DIGITALES

Toda red social constituye una trama interpersonal a la que podemos pertenecer como seres humanos; “se integra de una red micro-social que inicia con la familia y se extiende a todo el entorno sociocultural en el que nos desenvolvemos hasta enlazarse a toda una red social a la que moldeamos y nos moldea” (Sluzki, 1996, como se citó en Covi, López y López, 2009, p. 22).

Si se traslada este punto de vista a las redes sociales digitales, pueden ser entendidas como un conjunto de interacciones de esta red física, histórica en toda sociedad y en la biografía de los sujetos, que ahora se desarrollan en una plataforma digitalizada, un nuevo espacio social, que permite interacciones virtuales.

En ese sentido, en el marco de este estudio se consideró a las redes sociales digitales como espacios de interacción social donde se gesta una diversidad de prácticas e intercambios simbólicos por parte de los jóvenes, las cuales permiten el encuentro, la construcción de diversos lazos sociales y la formación de comunidades virtuales.

La relevancia de las redes sociales digitales como tema de interés para la investigación comienza a partir del 2006, cuando la web 2.0 que había surgido en el 2000, de algún modo se había generalizado entre los usuarios. Emergen diversas plataformas como MySpace, Hi5, Youtube, Facebook y Twitter, que cada una en su momento daría un giro a la breve historia de estas redes infovirtuales (Aguado, Feijóo y Martínez, 2013).

Como se sabe, los jóvenes universitarios en América Latina han tenido una relación importante con las redes sociales, tal como se identificó en movimientos sociales en Chile, México y Brasil, donde los estudiantes de nivel superior recurrieron a estas herramientas para interactuar con sus pares y así exponer una ideología que se originaba en el espacio universitario y se comunicaba en un nuevo canal: redes sociales. En el caso particular de México, uno de los dos sectores que más uso da a las TIC son los jóvenes, particularmente los de 19 a 24 años de edad, es decir, jóvenes universitarios como la población activa en las prácticas de la sociedad red (INEGI, 2014; AMIPCI, 2014).

Es importante destacar que los estudios sobre uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios es un tema emergente de investigación en México, los primeros hallazgos han sido de investigaciones que están conformándose. En este sentido, no se alcanza a visualizar el impacto que están causando las redes sociales digitales en la vida de los universitarios (Domínguez y López, 2015) por lo que se considera emergente realizar estudios sobre el tema.

3. NOTA METODOLÓGICA Y CARACTERÍSTICAS POR INSTITUCIÓN

Para recabar información se utilizaron instrumentos mixtos (cualitativos y cuantitativos): grupos focales, entrevistas en profundidad y cuestionarios. Se trabajó con diversos grupos juveniles de 16 a 30 años, aglutinados según sus actividades principales: estudiantes de nivel medio superior; estudiantes de licenciatura o similares; estudiantes de posgrado; participantes en acciones que se engloban en el llamado "click activismo" o activismo en red; y 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".

En dicho proyecto participaron académicas de cinco instituciones de educación superior públicas: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Universidad Pedagógica Nacional (UPN-Unidad Ajusco), la Universidad Autónoma de México (UAM-Unidad Lerma), la Universidad Veracruzana (UV) y la Universidad de Sonora (UNISON). En este trabajo se analizan exclusivamente los resultados obtenidos mediante la aplicación de un cuestionario en tres universidades públicas de contextos diferenciados: Universidad Veracruzana, ubicada en el suroeste de México, Universidad de Sonora, ubicada en el norte, y Universidad Nacional Autónoma Metropolitana, ubicada en el centro del país, con el propósito de identificar posibles diferencias y similitudes en tres contextos diferenciados.

Para ello se analizaron los datos recabados en el cuestionario aplicado en cada una de las universidades, estructurado en seis secciones: 1) Datos personales (género, edad, trabajo y actitud al navegar en Internet); 2) Cultura Digital (percepciones en los cambios en dispositivos, navegación en Internet y habilidades digitales); 3) Participación en las redes (se plantearon diversas temáticas como medio ambiente, educación, trabajo, arte, entretenimiento, sociedad, derechos humanos, política y religión); 4) Niveles de interacción (frecuencia, habilidades y plataformas, así como temáticas detonadoras) y 5) nivel socioeconómico (Covi y Lemus, 2014).

De manera general y a partir de las tres muestras de estudio, los análisis se presentarán considerando 1,503 jóvenes participantes de entre 18 y 35 años, de licenciatura del sistema escolarizado, pertenecientes a diversas carreras y áreas de conocimiento. La edad promedio se coloca en los 20 años (DT=2.3). Del total de estos estudiantes, 51% son mujeres y 49% son hombres

En cada institución la muestra fue seleccionada por conveniencia y quedó constituida de la siguiente manera: UV, 594; UNISON, 713 y UAM Lerma 196 instrumentos.

Los resultados indican que uno de los indicadores que apoya una mejor comprensión de la configuración de la muestra y los jóvenes que la componen son las características socioeconómicas.

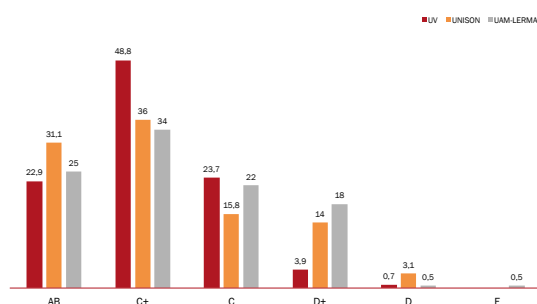
Dedicarse de forma exclusiva a los estudios indica, de manera directa, la oportunidad de contar con un soporte económico familiar que permita prolongar la entrada al mercado de

trabajo. Se observa sobre este indicador para el caso de la UV que el 84% se dedica exclusivamente a estudiar, en la UNISON el 69% de los estudiantes solo estudia, y en la UAM Lerma 77% de la muestra se encuentra en esa condición, mientras que el resto (16%, 31% y 23% respectivamente) comparte sus estudios con una actividad laboral.

El nivel socioeconómico refiere las condiciones familiares e individuales sobre las que descansa la formación universitaria en esta muestra, de tal manera que está representada por los bienes y servicios, así como la escolaridad y empleo del jefe de familia. De acuerdo con la clasificación utilizada, estos niveles se ubican en seis categorías, correspondiendo al nivel más alto el A/B, y el más bajo el E (López, 2009).

Como se observa en la Figura 1, los estudiantes de la UV presentan una distribución con mayor desigualdad, respecto a las otras dos poblaciones, esto es, en esta universidad existe un mayor porcentaje de estudiantes que se ubican en el nivel C+ (48.8%), mientras que en la UNISON y la UAM-Lerma la distribución es más equitativa por cada uno de los niveles, aun cuando en las tres instituciones el mayor porcentaje se concentra en el nivel AB y C+, con casi el 60% de la población en las tres muestras.

Figura 1. Distribución del nivel socioeconómico de los estudiantes de las tres instituciones



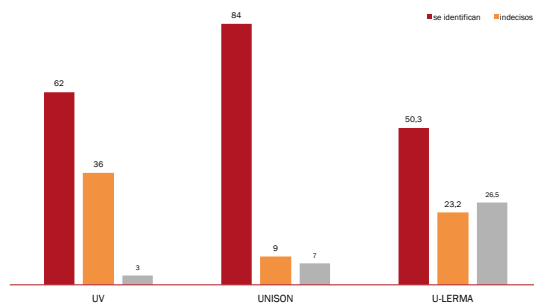
Fuente: Elaboración propia

De manera resumida se puede afirmar que de acuerdo a los indicadores utilizados, es posible identificar a un grupo mayoritario de estudiantes jóvenes con condiciones familiares propicias para realizar sus estudios universitarios y muy probablemente, para adquirir recursos digitales novedosos. Esta apreciación se fundamenta en que más de la mitad de los estudiantes se coloca en los valores más altos en el nivel socio-económico.

4. SIMILITUDES ENTRE LAS TRES UNIVERSIDADES: FORMAS DE INTERACCIÓN, TEMAS DE PARTICIPACIÓN Y REDES SOCIALES DIGITALES DE PREFERENCIA

Existen varios indicadores en donde es posible detectar similitudes entre las tres muestras de estudio, una de ellas es el tipo de interacción que realizan. Los resultados indican que a pesar de provenir de contextos diferentes los jóvenes comparten diversos elementos que los caracterizan como jóvenes y como estudiantes, pertenecientes a una época histórica caracterizada por una intensa actividad en las redes sociales digitales.

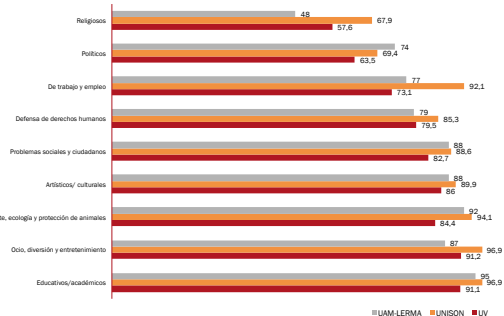
Pareciera ser que el pertenecer a un grupo etario, los caracteriza con una forma determinada de ser o de comportarse al navegar e interactuar con otros. Esto se asume como una característica importante, lo que se busca y se espera al interactuar cuando en las redes sociales digitales. Los estudiantes pertenecientes a las tres muestras eligieron en un porcentaje mayor su interacción con los otros de tipo "Enlace", dicho de otra manera, estos estudiantes mantienen interacción sólo con algunas personas, les agrada hacerlo pero solamente se comunican cuando hay razones importantes, pudiendo asumir que nos encontramos ante la presencia de un número extenso de estudiantes para los que la comunicación con los otros, si bien es importante, tiene un sentido o intencionalidad; a diferencia de quienes se identifican con un tipo "Sociable", segunda opción elegida por la muestra de las tres instituciones. Esa segunda caracterización los describe con una actitud interactiva con muchas y diversas personas, les gusta comunicarse y estar en contacto con todos constantemente (Figura 2).

Figura 2. Formas de interacción en las redes sociales digitales en las tres instituciones

Fuente: Elaboración propia

Los temas de participación son los que reflejan el centro de interés sobre el cual circula la vida juvenil vinculado ahora al empleo de las redes sociales digitales. Estos permiten observar la segunda gran coincidencia entre estos jóvenes independientemente de las instituciones de origen. En las tres instituciones, los temas que alcanzaron un mayor porcentaje de respuestas entre los estudiantes se ubican en dos inclinaciones: los temas educativos/académicos y los de ocio y entretenimiento, esto es, ellos transitan en paralelo con la vertiente del ocio como la necesidad de resolver problemas escolares, proceso mediante el cual despliegan una serie de habilidades en el uso técnico y cognitivo de los recursos digitales que les proporciona Internet y que les permiten socializar con otros, así como insertarse en la universidad.

Cabe destacar la ubicación en tercer lugar (en las tres instituciones) de los temas que han colocado dentro de las políticas institucional universitarias a nivel nacional y se han promovido con mayor énfasis en los últimos años, estos son los de medio ambiente y de defensa de los derechos humanos. Entre los temas de menores porcentajes en las tres instituciones se encuentran los temas políticos y religiosos (Ver Figura 3).

Figura 3. Temas de mayor participación en las redes sociales digitales en las tres instituciones.

Fuente: Elaboración propia

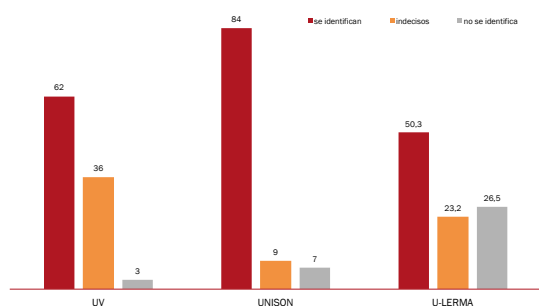
Al igual que las anteriores variables de similitud, encontramos que la plataforma más utilizada entre los participantes es Facebook la que oscila entre el 89.2% y 90% de preferencia entre los estudiantes participantes, seguida por *WhatsApp* y el tercer lugar se debate entre *Youtube* y *Twitter*. El correo electrónico ha sufrido una baja en su uso colocándose entre las opciones medias de respuesta. Entre las menores opciones de respuesta están los mensajes de texto, las llamadas y los blogs.

4.1 DIFERENCIAS ENTRE LAS TRES UNIVERSIDADES: CULTURA DIGITAL Y TIPO DE ACTIVIDADES EN LAS REDES SOCIALES DIGITALES

Los resultados en esta sección indican de alguna manera las formas en que la cultura digital está permeando entre los jóvenes y las instituciones que los agrupan. Esta cultura, llamada digital, fue evaluada a partir de nueve prácticas, situaciones y actividades que los estudiantes elegían de entre cinco opciones de respuesta que van desde estar en completo acuerdo hasta llegar al completo desacuerdo. A partir de estas respuestas se conformaron tres grupos, en el primero se ubicó a los estudiantes que tienen una mayor identificación con la cultura digital, esto es, que sus respuestas se colocaban en las opciones de acuerdo y completamente de acuerdo. En el segundo grupo quedaron quienes están indecisos, lo que significa que eligieron la opción de respuesta ni de acuerdo ni en desacuerdo, y en el tercer grupo se colocaron a quienes no se identifican con la cultura digital o eligieron las opciones de respuesta ubicadas en el desacuerdo o el completamente en desacuerdo, resultando los porcentajes reportados en la Figura 4.

Con relación a la primer categoría de asociación son los estudiantes de la UNISON quienes se ubican con los porcentajes más altos de identificación con la cultura digital (84%), seguido por los estudiantes de la UV (62%), mientras que los estudiantes de la UAM Lerma son quienes se colocan con los porcentajes menores (50.3%). Respecto a la segunda categoría de asociación, en esta pregunta corresponde a los indecisos; los porcentajes de la UV se presentan con los valores más altos (36%), seguidos por la UAM Lerma (23.2%), a diferencia de la UNISON, en donde el porcentaje es muy pequeño (9%). En la categoría de no identificación el porcentaje de estudiantes en la UAM-Lerma es de 26.5%, en la UNISON de 7%, mientras que en la UV de 3%.

Figura 4. Estudiantes que se identifican, indecisos y que no se identifican con la cultura digital en las tres instituciones



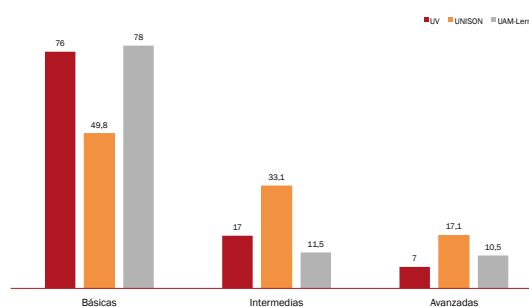
Fuente: Elaboración propia

Una segunda diferencia la encontramos al medir el tipo y nivel de las actividades que realizan los estudiantes cuando interactúan en la red. Esta sección contenida en el cuestionario consta de nueve actividades que los estudiantes podían elegir, y a partir de estas respuestas fueron reunidas en tres grupos. En el primero se colocan actividades básicas, que requieren un menor esfuerzo cognitivo para llevarlas a cabo esto es, copiar, pegar y conversar. En un segundo grupo se colocan las actividades de complejidad intermedia, es decir, aquellas que implican mayores habilidades técnicas, cognitivas y culturales, tal es el caso de copiar-pegar pero realizando cambio en el mensaje; firmar o suscribir, que involucra leer y comprender el mensaje; y generar mensajes que implica leer, comprender y escribir. Y en un tercer grupo se concentraron las actividades avanzadas que implican un mayor esfuerzo cognitivo, así como un mayor tiempo de inversión en la acción. Estas tareas también involucran un mayor grado de compromiso al realizarse y se ubican tareas como: planear

eventos diseñando estrategias para ellos, administrar o difundir información, crear mensajes o multimedia en alguna página o grupo, participar en alguna wiki, foro o espacio colaborativo explorar y producir contenido nuevo.

De manera general se puede afirmar que las tres instituciones presentan un comportamiento similar, esto es, porcentajes más altos en actividades básicas, seguido por los valores en actividades intermedias, y valores bajos en las actividades avanzadas (Figura 5). Sin embargo, al observar las diferencias entre las tres instituciones y la clasificación de las actividades se puede afirmar que es la muestra de los estudiantes de la UNISON la que presenta valores con una distribución más uniforme, mientras que las otras dos instituciones (UAM-Lerma y la UV) presentan porcentajes con distribuciones hacia dos extremos, muy altos en las actividades básicas (78% y 76% respectivamente), y muy bajos en las actividades avanzadas (10.5% y 7% respectivamente).

Figura 5. Niveles y distribución de actividades en las tres instituciones



Fuente: Elaboración propia

En suma, estas particularidades que los diferencian, entre otras, tendrán que convertirse en el interés central de trabajos posteriores que apoyen la reflexión sobre la importancia de conocer a las y los jóvenes estudiantes contemporáneos que transitan por las universidades en la era de la cultura digital.

5. A MANERA DE CIERRE

Los resultados encontrados en las tres poblaciones indican que el proceso de interacción que tienen los jóvenes con la cultura digital se vive en el país de manera similar, sin importar la región en la que se habite. En el mismo sentido se encuentran los temas de participación y las redes sociales digitales de preferencia. Pareciera que los códigos con los

que se mueven los jóvenes son universales o globales.

Las tres muestras poblacionales que componen el estudio indican que los jóvenes interactúan en las redes sociales digitales de manera similar, bajo la denominación de “Enlace”, manteniendo interacción solo con algunas personas. Les agrada hacerlo, pero solamente se comunican cuando hay razones importantes. Con esto se derriba una de las ideas que se tiene actualmente sobre los jóvenes en el sentido de que son quienes utilizan intensamente las redes sociales digitales y que, incluso, no pueden dejar a un lado este tipo de comunicaciones. Si bien esta idea ha sido ya cuestionada a través de diversos estudios empíricos (Vromen, 2004; Ortiz, 2011; Acosta-Silva y Muñoz, 2012), siguen apareciendo discursos de alarma que colocan a este grupo etario como proclive a sufrir problemas de adicción a las tecnologías digitales debido al uso aparentemente desmesurado que hacen de éstas. Por su parte, quienes se clasificaron como “sociables” por interactuar de manera continua en las redes sociales, no son el grupo mayoritario entre los universitarios.

Los temas en los cuales participan también coinciden en las tres instituciones analizadas. Su identidad de ser estudiantes se imprime en los temas de interés, los que se colocan en lo educativo y el entretenimiento, los que más consumen su tiempo en las redes sociales digitales. Pareciera paradójico que los temas relacionados con el ocio y lo académico utilizan los primeros lugares, sin embargo, nos parece razonable que son precisamente las redes sociales digitales entornos en los que estas dos cuestiones alcanzan su máximo potencial en términos del acceso a la información, la resolución de tareas, y el compartir con los otros ese conocimiento. Por su parte, el entretenimiento es una de las formas de esparcimiento de lo académico, y es también una de las áreas de mayor alcance tecnológico que se ha logrado en los videojuegos, los videos, las películas, la música, elementos importantes para una misma incidencia, por lo menos para los jóvenes de este grupo etario.

A pesar de estas similitudes, las diferencias requieren ser analizadas y exploradas con mayor profundidad. Los estudiantes de la UAM Lerma presentan diferencia con la UNISON y la UV, respecto a lo no identificación, o bien, permanecen indecisos en su identificación con la cultura digital. En este sentido, se puede decir que hay un mayor número de jóvenes

“desconectados” (García, 2004) en cuanto a las posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales. Esto puede deberse al origen sociocultural del que provienen algunos jóvenes de esta universidad, origen que puede rastrearse tanto en las ciudades cercanas, como en las comunidades semi-rurales y rurales aledañas a la sede universitaria, elementos que limitan el acceso a estos bienes tecnológicos.

Una coincidencia entre las y los jóvenes de las tres instituciones educativas es que su nivel de interacción en más bien bajo. Esto significa que las actividades que más realizan en las redes sociales digitales son las básicas, las que requieren de un menor esfuerzo cognitivo para llevarlas a cabo. Esto es lo que en la literatura sobre participación en entornos digitales se ha denominado el flojoactivismo o slacktivism, es decir, en sólo involucrarse, de manera parcial, con los temas de interés en Internet (Vitak, et al, 2011). Las y los jóvenes estudiantes universitarios copian, pegan y conversan, y sólo una minoría se da el tiempo de planear eventos, administrar o difundir información, crear mensajes, multimedia o producir contenidos novedosos. Con estos datos cabe reflexionar sobre el aprovechamiento que tienen de los recursos digitales quienes sí tienen acceso a éstos, pues si bien la oportunidad de producir está en sus manos, no siempre se explota todo su potencial. Aquí cabe traer la discusión sobre qué tanto se aprovechan las posibilidades técnicas de la denominada web 2.0 (Scolari, 2008) que facilita el que los usuarios puedan ser al mismo tiempo productores y consumidores en el espacio digital ya que esto no ocurre del todo en la práctica pues quienes navegan en Internet siguen estando, al parecer, del lado del consumir sin producir.

Por último, es importante continuar profundizando en el tema, sobre las diferencias y similitudes que se pudieran presentar por programa educativo o área de conocimiento, así como, entre hombres y mujeres, por mencionar algunos aspectos. Esto con el propósito de contar con mayores elementos de análisis que coadyuven a la comprensión del joven estudiante contemporáneo y su relación con el uso de las redes sociales, que coadyuven a repensar el diseño de una propuesta de formación integral, que permita ir abonando a la construcción de una cultura ciudadana y sentido de responsabilidad social, a través del uso de las redes sociales digitales.

6. REFERENCIAS

- Acosta-Silva, D. A. y Muñoz, G. (2012). Juventud Digital: Revisión de algunas aseveraciones negativas sobre la relación jóvenes-nuevas tecnologías. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (1), 107-130.
- Aguado, J., Feijóo, C. y Martínez, I. (2013). *La comunicación móvil. Hacia un ecosistema digital*. Barcelona: Gedisa.
- AméricaEconomía (28 de julio de 2016). Las mejores universidades de México. Ranking. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/especiales/americaeconomia/2016/04/19/las-mejores-universidades-mexico-ranking-2016>
- AMIPCI (2014). Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México. México: Asociación Mexicana de Internet. Recuperado de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf
- Covi, D. (2012). Apropiación: una aproximación conceptual. En M. Portillo y I. Cornejo (coords), *¿Comunicación Posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos* (149-161). México: Universidad Iberoamericana.
- Covi, D. (2013). Reflexiones sobre la apropiación: una categoría que resurge con la digitalización, en S. Morales y M. Loyola (comps.), *Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática* (11-24). Buenos Aires: Imago Mundi.
- Covi, D., López, M. y López, R. (2009). *Redes sociales. Análisis y aplicaciones*. México. UNAM y Plaza Y Valdés.
- Covi, D. y Lemus, M. (2014). Jóvenes Estudiantes y Cultura Digital. Una investigación en proceso. *Virtualis*, 9, 35-57. Recuperado de <http://micampus.ccm.itesm.mx/documents/14896/139705422/virtualis09.pdf>
- Cucho, D. (2002). *La noción de cultura en las Ciencias Sociales*. Nueva Visión: Buenos Aires.
- Domínguez, F. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014). *Revista de Comunicación*, 14, 48-69. Recuperado de <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2015/Art048-069.pdf>
- García, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa.
- INEGI (2014). Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicación en los hogares. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx>
- INEGI (2015). Sistema electrónico de las Regiones socioeconómicas de México. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/>
- Leontiev, A. (1981). *Actividad, consciencia, personalidad*. Habana: Pueblo y Educación.
- López, H. (2009). Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto. México: Instituto de Investigaciones Sociales S. C. Recuperado de http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMA_I.pdf
- Nascimento, C. y Álvaro, E. (2014). Alargamiento de la juventud e identidad: un estudio de los procesos de transición a la vida adulta de jóvenes en Brasil y España. *Athenea Digital*, 14(2), 21-37. Recuperado de <http://atheneadigital.net/article/view/v14-n2-nascimento-alvaro/0>
- Ortiz, G. (2011). Jóvenes, computadoras e internet: usos, apropiaciones y sentidos. El caso de las y los jóvenes estudiantes del Tec y de la UIN. Tesis de Doctorado en Ciencias Antropológicas. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.
- Sánchez, A. (26 de abril 2015). Reduce la UAM-Lerma expectativas de matrícula; busca desarrollo armónico. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2015/04/26/sociedad/030n2soc>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- SIE-UNISON (2015). Sistema de Información Estadística. México: Departamento de Planeación-Universidad de Sonora. Recuperado de <http://www.planeacion.uson.mx/>
- UV (2014). Portal del Departamento de Estadística. Sistema de consultas dinámicas. México: Universidad Veracruzana. Recuperado de <http://dsia.uv.mx/sicdi/Alumnos.aspx>
- Vigotsky, L. (1978). *Pensamiento y lenguaje*. Madrid: Paidós.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C., Ellison, N. y Lampe, C. (2011). It's Complicated: Facebook Users' Political Participation in the 2008 Election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 107-114.
- Vromen, A. (2004). Three political myths about young people. The Drawing Board: An Australian Review of Public Affairs. Recuperado de <http://www.australianreview.net/digest/2004/03/vromen.html>