

Título de la investigación:

La Generación Net, sus hábitos de uso de Internet y el empleo de las redes sociales para abordar causas de interés común. El caso de 12 jóvenes unimetanos

Investigadores: Alejandra Uzcátegui y Olga Toledo

Investigadores ponentes: Alejandra Uzcátegui y Olga Toledo

Institución: Universidad Metropolitana

Dependencias:

- Alejandra Uzcátegui. Departamento Desarrollo de Competencia. Dirección de Formación General y Básica. Teléfono de oficina: 240 3840. Correo electrónico: auzcategui@unimet.edu.ve

- Olga Toledo. Decanato de Postgrado. Dirección de Estudios Gerenciales, Económicos y Sociales. Teléfono de oficina: 240 3941. Correo electrónico: otoledo@unimet.edu.ve

Área de investigación: educación

Resumen

La presente reflexión surge del interés por conocer la relación que los jóvenes de la Universidad Metropolitana tienen con las Tecnologías de la Información y Comunicación y la valoración que de éstas hacen para el abordaje de causas de interés social.

La propuesta pretende explorar el modo en que usan la red e interactúan con ella. Así, se propone una aproximación a los hábitos de uso para entender cómo, en qué momentos y para qué emplean Internet; además, de explorar el valor que le otorgan a las redes sociales como medios para involucrarse en actividades de acción social.

Para ello, se revisaron los planteamientos de diversos investigadores sobre este tema, haciendo especial énfasis en las “normas de la generación net” descritas por Tapscott (2009).

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a un grupo de 11 unimetanos y una de tipo abierta (Viedma, 2010) a un alumno miembro de la agrupación Voto Joven. El grupo estaba constituido así: estudiantes del primer trimestre, entre 17 y 19 años, 7 mujeres de distintas carreras y 4 varones, casi exclusivamente del área científico-tecnológica (de las ingenierías); y un alumno de 21 años, del cuarto trimestre de Estudios Liberales, representante de Voto Joven.

Como conclusiones, pareciera que hay mucho más en común que de diferente entre los jóvenes de la Generación Net. Para ellos parece que la hipótesis de que el mundo se acorta es más una realidad que un imposible. Y consideran al mundo como su vecino, su escuela, su salón de juego y están dispuestos a comprometerse con causas sociales para construirlo a su medida.

Palabras clave: Tecnologías de la información y comunicación, jóvenes, redes sociales, generación net, identidad colectiva, hábitos de uso.

La Generación Net, sus hábitos de uso de Internet y el empleo de las redes sociales para abordar causas de interés común. El caso de 12 jóvenes unimetanos

En los últimos años, la sociedad ha vivido cambios importantes y ha sido testigo de la aparición de eventos que rompen el modo convencional de concebir el mundo y plantean diferencias radicales en casi todas las áreas de la vida. La denominada Sociedad de la Información o del Conocimiento está caracterizada, entre otras cosas, por la implantación e incorporación a la vida diaria de las tecnologías digitales. Se habla entonces de la cibercultura o la cultura que emerge de la llegada del computador y su penetración en lo cotidiano. Según, Castells (cp. Imma Tubella, 2006. p.465), “la proliferación de las redes digitales ha dado cabida a una “nueva morfología social de nuestras sociedades”.

Si bien todos formamos parte de esta nueva forma cultural, son los llamados jóvenes de la Generación Net quienes verdaderamente pueden considerarse dueños de estos nuevos modelos culturales. Marqués (2009. p.5) dice que esta generación ha nacido con un “ordenador bajo el brazo” y en su vida es fundamental la tecnología, la que se convierte en un estilo de vida”. Buckingham (2002. cp. Marqués, 2009. p.5) la define como un grupo “de personas con una sólida formación de “alfabetismo mediático”, una sabiduría natural espontánea, que en cierto modo se les niega a los mayores”. Para Taspcott (2009) Net hace referencia a la generación que ha crecido viviendo las tecnologías y el internet como principal medio de comunicación.

Según Dávila (2006), esta generación está conformada por todos aquellos niños y jóvenes que para 1999 tenían entre dos y veinte años. Los distingue el haber nacido en medio de la tecnología y por lo tanto el no sentir temor frente a ella. Tapscott (2009), considera integrantes de la Generación net a los para el momento de su estudio (realizado en el 2007) tenían de 16 a 29 años.

Para esta generación, Internet es lo natural, es un lugar en el que confluyen todo tipo de personas y circunstancias, es un espacio cuyos usos reales y simbólicos se han ido

construyendo a través del tiempo y con el empleo de los sujetos que la frecuentan. Internet parece definir a la generación net al mismo tiempo que la generación net parece definir a internet.

Según Cebrián (1998, cp. Dávila, 2006. p. 28), estos jóvenes son los promotores de cambios futuros, son quienes tendrán “la fuerza más poderosa para explotar eficazmente la red y transformar nuestras instituciones económicas y sociales para que funcionen mejor”. Para Tapscott (2009), esta generación no sólo está comprometida con la política y su desarrollo, sino que también están involucrados en la mayoría de los movimientos cívicos para la lucha contra los principales males que golpean a las sociedades, por lo que los considera la punta de lanza para el cambio profundo de los sistemas sociales.

Muchas son las preguntas que surgen con relación a estos jóvenes y a su modo particular de comprender y vivir el mundo. Así, algunos autores han iniciado estudios que se interesan en la descripción del modo en que usan Internet. Mientras otros, pretenden una caracterización psicológica, es decir, la consolidación de un “perfil” distintivo.

En el contexto venezolano, existen pocos estudios que hayan profundizado en el tema de los jóvenes y las TIC's y no hay investigaciones centradas en universidades o instituciones de educación superior, o datos que exploren el uso que de las herramientas hacen los universitarios. Así, surge el interés por explorar cuáles son los hábitos de uso de algunos jóvenes venezolanos; de qué manera nuestros adolescentes se aproximan a las tecnologías de información y si éstas tienen algún valor para el desarrollo de labores en pro del bien común o compromiso cívico.

Conclusiones

Antes de referir lo encontrado, se debe destacar que se trata de un trabajo apenas exploratorio, que no responde al rigor científico de otro tipo de estudios. Más bien es una aproximación a un grupo de chicos universitarios venezolanos y uno de ellos es miembro de una organización comprometida en labores de interés colectivo.

Datos del grupo: 11 estudiantes de diversas carreras de la Universidad Metropolitana. Del primer trimestre, hay 7 mujeres interesadas en distintas áreas del conocimiento y 4 varones, casi exclusivamente del área científico-tecnológica (de las ingenierías), con edades entre los 17 y los 19 años (ver anexo 1) y un representante de Voto Joven, agrupación encargada de impulsar a chicos y electores a inscribirse en el registro electoral para que hagan valer el derecho democrático al voto.

Datos de la entrevista semiestructurada: La entrevista realizada se conformó de 20 preguntas. El diseño se basa en la revisión del instrumento validado para Venezuela como parte del desarrollo de una tesis doctoral. Las preguntas realizadas, pretendían ubicar información en torno a 2 áreas o categorías principales: 1. **tiempo de uso y aplicaciones de interés**, y 2. **Redes Sociales**: Una serie de preguntas dirigidas a explorar redes sociales de su preferencia, razones de uso y valor asignado en el abordaje de causas de interés social.

Para la primera categoría, al indagar acerca del **tiempo** que estos jóvenes consumen en internet, este aumenta conforme avanza la semana, de manera que están más tiempo frente al computador a partir del jueves, que el resto de la semana. El promedio de horas que parecen estar conectados está sobre 2 horas para los primeros días de la semana y 4 para los fines de semana. Entre las explicaciones que proporcionan está el poco tiempo disponible que tienen durante la semana debido a actividades académicas o extracurriculares. En general, todos coinciden en afirmar que mientras más tiempo de ocio o disponible tienen, más lo invierten frente al computador. Todos afirman que es “indispensable” para su vida conectarse en algún momento del día y todos los días. Refieren que sienten la necesidad de “saber que está pasando”, no conciben su día o su vida sin Internet.

En este sentido, los resultados para el grupo de Venezuela coinciden con los hallados por la Asociación Mexicana de Internet, según los cuales en promedio al día los chicos pasan tres horas frente a la computadora o a cualquier otro dispositivo electrónico con conexión a Internet (Arribas e Islas, 2010). En términos de la categorización de Tapscott (2009), viven como ningún otro la necesidad de ser parte de algo y estar

conectados es vital para ellos. Así, la libertad, la colaboración y relación parecen identificar a este grupo.

En cuanto a las aplicaciones más utilizadas, las redes sociales (facebook y twitter, específicamente) ocupan el primer lugar. La utilizada con mayor frecuencia es facebook para entrar en los perfiles de amigos, comentar y ver fotos y videos. En este punto, la referencia en términos de construcción de la identidad y de estructuración de grupos sociales a través de las redes es también un elemento característico de estos jóvenes. Pareciera que ya no es posible plantearse el desarrollo de la identidad sin considerar la presencia del “perfil” como un elemento central. Ese juego continuo con el quién soy y el ser ideal presentado en los distintos perfiles electrónicos es una de las características centrales de los jóvenes de la generación net.

La segunda aplicación más usada es la descarga de películas y música. Igual que en la anterior, es utilizada “mucho” o “bastante”, para descargas diarias o mínimo una vez a la semana. En cambio, los encuestados revelaron escasa frecuencia de uso de aplicaciones como blogs, chats y foros, al igual que las webs para buscar información escolar. En el caso del uso de los blogs se diferencian de lo reportado por otros jóvenes, mientras que coinciden en el punto de los chats, foros y webs para información escolar (Arribas e islas, 2009; Sánchez y Rodríguez , 2009; Asociación Mexicana de Internet, 2009; INJUVE, 2005, Yoon Bong Seo, s/f).

En el caso del Messenger, el uso de la plataforma BlackBerry predomina en sus respuestas. De las características descritas por Tapscott (2009), la necesidad de velocidad y el entretenimiento podrían explicar los patrones descubiertos en cuanto a este tipo de aplicaciones.

Al indagar con más de detalle en el asunto de las **redes sociales**, la mayoría de los estudiantes ha insertado un perfil en facebook y twitter, luego una tercera parte de ellos es también afín a Hi5. Dicen usarlas para mantenerse en contacto con amigos a los que hace algún tiempo no ven, así como para estar al corriente de lo que les ocurre a sus amistades. Entre las actividades a las que más les dedican tiempo en la red están el compartir y comentar fotos de amigos y propias, y mantenerse informado de asuntos de su interés.

También, la idea de usar las redes para mantenerse al tanto de lo que ocurre en el mundo y en su país, así como en oportunidades para participar en actividades cívicas, fue una de las expuestas con mayor frecuencia.

En este sentido, el caso de la organización Voto Joven es un buen ejemplo de cómo los universitarios valoran las TIC's para encausar proyectos dirigidos a un colectivo. Actualmente, la agrupación, que en sus orígenes dirigía acciones para incentivar el voto en aquellos jóvenes nuevos electores, se ha expandido a electores adultos que no están haciendo valer su derecho y que se encuentran fuera de las fronteras del país. Ya sea con acciones puntuales en las embajadas o través de las redes sociales, la organización está llevando sus mensajes a cientos de miles de venezolanos que viven en el extranjero y que no están participando de los procesos electorales. Igualmente, Voto Joven hace un uso efectivo de su manejo de las TIC's para acceder a una millonaria población de futuros electores jóvenes a través de su espacio en la web, la atención de seguidores en su página en Facebook o en su cuenta de Twitter. Todo ello se refuerza y multiplica con las acciones de movilización de la opinión pública a favor de la gestión de la agrupación, las visitas a los colegios y universidades para llevar mensajes a los chicos, la organización de eventos en los que se instalan mesas de inscripción en el Registro Electoral Permanente, el acercamiento con organizaciones como el Consejo Nacional Electoral, entre otras actividades.

Al colocar a esta organización de universitarios bajo la lupa de las características de la Generación Net formuladas por Tapscott, se halló que Voto Joven cumple con los criterios de libertad, personalización, escrutinio, integridad, colaboración, entretenimiento, velocidad e innovación, no sólo como valores de la organización sino también al aprovechar los recursos de las TIC's para realizar su labor social.

En términos generales, pareciera que hay mucho más en común que de diferente entre los jóvenes de la Generación Net. Las similitudes saltan fronteras. En este sentido, o para esta generación parece que la hipótesis de que el mundo se acorta es más una realidad que un imposible. Para estos jóvenes, el mundo es su vecino, su escuela, su salón de juego.

Pareciera que se consolidan cada vez más ciberculturas juveniles en encuentros virtuales. Crece la relación e integración entre jóvenes que, aún cuando viven a kilómetros de distancia, comparten y construyen conocimiento, información y datos de su interés. Se comunican y acercan a diario a través del BB o las redes sociales y en ese andar definen una imagen de sí mismos, de los otros y de los grupos a los que pertenecen. Existe una cultura de la interacción. Estos jóvenes han incorporado a la vida cotidiana el uso de las tecnologías como una herramienta de interacción, de socialización, de trabajo, de diversión etc., en todos los contextos en los que se desenvuelven.

Al mismo tiempo, la idea de comunidad los hace más partícipes y responsables de los cambios sociales necesarios y se comprometen con causas políticas y cívicas de interés para ellos. Las tecnologías expanden sus posibilidades para la comunicación, generan sentido de pertenencia a nuevos grupos y culturas, y les permiten sentirse parte de los cambios que ocurren. También, y eso es quizá una característica para Venezuela, permite la conexión con seres queridos y la idea de conservar la familia que se ha visto golpeada debido al fuerte éxodo de personas vivido en este país.

La sensación general que resulta de esta investigación, es la de estar atentos y escuchar a estos jóvenes, pues tienen mucho que aportar. No se debe descuidar su guía y la idea de apoyo para su desarrollo crítico. Hay que abrir un espacio de escucha que permita acercarse a ellos y establecer puentes de conexión entre los forjadores del nuevo mundo y todos aquellos que le están pasando el testigo.

Bibliografía y webgrafía

ARRIBAS, A E ISLAS, O (2010). *La generación Net*. Internet-Cátedra de Comunicación Estratégica y Cibercultura, Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. Disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=682>

DÁVILA, S (2006). *Generación net. Visiones para su educación*. Revista Orbis. Ciencias Humanas. Año 1, número 3, pp. 24-48. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=70910303>

Instituto de la Juventud de España (enero 2005). *Informe Juventud en España*. Recuperado el 5 de mayo de:

<http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=1270816870>

MARQUÉS, M (2009). *Generación Net y búsqueda de atención*. Documento para la asignatura Generación Net del máster en Comunicación y Educación en la red. Universidad Nacional de Educación a Distancia. España. Disponible en: http://www.innova.uned.es/dotlrn/postgrados/230101-11/23301114-11/one-community?page_num=3

TAPSCOTT, D (2009). *La era digital. Cómo la generación net está transformando al mundo*. Mc Graw Hill Interamericana editores. México

Tubella, Imma (2006). *Televisión, Internet y elaboración de la identidad*. Artículo 17 del libro *La sociedad red: una visión global*, editado por Manuel Castells. Alianza editorial. España.

Viedma Rojas, Antonio (2010). *Entrevistas. Capítulo 3. Guía para realizar entrevistas*. Material de estudio de la asignatura Educación y Trabajo en la Sociedad del Conocimiento, del Máster UNED Comunicación y Educación en la Red. Curso 2010-2011.

WIKIPEDIA (2011). *Cibercultura*. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cibercultura>

YOON BONG SEO (s/f). *Dos frutos de la era cibernética: la generación net y los hackers*. Universidad de Gusdalajara. Disponible en: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/joon.htm>