

**DINÁMICAS DE CONSUMO CULTURAL DE TECNOLOGÍAS DE
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS
DE FACULTADES DE ARTES Y HUMANIDADES EN CARTAGENA DE
INDIAS.**

AUTOR:

PATRICIA RUIZ ACERO

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO:

MARY PATTILLO

MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR

CARTAGENA DE INDIAS, BOLIVAR

NOVIEMBRE DE 2011

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
1. OBJETIVOS	8
	8
1.1 OBJETIVO GENERAL	8
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
2. MARCO TEÓRICO	9
	9
2.1 LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	
	12
	14
2.2 DINÁMICAS DE CONSUMO CULTURAL DE TICs	15
	16
2.2.1 La Dimensión del Uso de las TICs	
2.2.2 La Dimensión del Acceso a las TICs	
2.2.3 La Dimensión de las Percepciones de los Usos de las TICs	
3. MARCO REFERENCIAL	17
3.1 ANTECEDENTES	17
3.2 LA INVESTIGACIÓN SOBRE JÓVENES Y CONSUMO DESDE	
	17

LO NACIONAL Y LO INTERNACIONAL	24
3.3 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN SOBRE CONSUMO CULTURAL EN LATINOAMÉRICA	26
3.3.1 El caso de México	26
3.3.2 La Encuesta de consumo cultural en Colombia	
3.3.3 El caso de la Universidad de Manizales	
3.4 DESARROLLO Y TICS EN COLOMBIA	30
4. DESARROLLO METODOLÓGICO	42
5. DINÁMICAS DE CONSUMO CULTURAL DE TICS DE JÓVENES UNIVERSITARIOS DE CARTAGENA	52
5.1 ANÁLISIS DE ACCESOS	53
5.1.1 La Primera Vez Tecnológica	53
5.1.2 La Fuente del Conocimiento de las TICS	55
5.1.3 El Nivel de Conocimiento de las TICS	56
5.2 ANÁLISIS DE USOS	58
5.2.1 Tipos de Usos de las TICS	58
5.2.1.1 El Uso Académico	58
5.2.1.2 El Uso por Entretenimiento	59
5.2.2 Motivaciones de los Usos	62
	62
	63
	64

5.2.2.1	Motivación por el Desarrollo Profesional	65
5.2.2.2	Motivación por el Entretenimiento	66
5.2.2.3	Motivación por Comunicaciones (Acortar Distancias)	67
5.2.2.4	Motivación por Activismo Político	
5.2.3	Significado del Uso de las TICs	
5.2.3.1	Las TICs como Elemento de Distinción Social	
5.2.3.2	Las TICs como Elemento de Interacción Social	
5.2.3.3	Las TICs como Elemento de Independencia	70
5.3	ANÁLISIS DE PERCEPCIONES	71
5.3.1	La Visión de la Familia	71
5.3.2	La Visión de la Universidad	77
6.	CONCLUSIONES	80
7.	BIBLIOGRAFÍA	85
8.	ANEXOS	

RESUMEN

Desde la investigación en comunicación, cultura y desarrollo y en un contexto marcado por la globalización económica y la mundialización cultural, este proyecto propone explorar las dinámicas de los usos, accesos y percepciones que tienen los jóvenes de dos universidades de la ciudad de Cartagena, en relación a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Esta exploración busca comprender los rasgos que operan en los procesos mediáticos que viven los jóvenes en su entorno, y permite identificar que estas tecnologías hacen parte de su cotidianidad y son una pieza fundamental en las dinámicas de interrelación social y cultural de estos estudiantes, más allá de ser vistas como simples instrumentos para desarrollar tareas o para comunicarse. Los hallazgos, sirven como punto de referencia para futuras investigaciones en otras universidades o regiones del país.

Palabras Clave

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), estudiantes universitarios de Cartagena, Usos y Apropiación de TIC, Consumo Cultural

INTRODUCCIÓN

En un sentido pragmático, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), son el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, y transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes¹.

En Cartagena, el acceso que la población tiene a las TIC² está marcado por políticas precarias que no resuelven las necesidades ni escapan a los procesos socioeconómicos y políticos que trascienden, tanto a la ciudad turística pretendidamente globalizada como a la ciudad grande evidentemente pobre. Los jóvenes estudiantes de Cartagena, que representan cerca del 5% de la población total de la ciudad³, mantienen una relación con estas tecnologías que puede ser vista desde tres perspectivas: las dinámicas de acceso, las dinámicas de uso y la mirada sobre las percepciones de la relación TIC / jóvenes.

En este escenario, ocuparse de las experiencias cotidianas de accesos y usos que los jóvenes universitarios establecen con dichas tecnologías y procesos puede aportar a la comprensión, por ejemplo, de las interacciones sociales, los modos de estar juntos, los signos de pertenencia, de distinción, de respeto, los placeres y la productividad, entre otros. La indagación apunta hacia cuatro ejes de inquietudes: condiciones y características de los accesos, tipologías de usos, críticas y visiones socioculturales hacia la sociedad, y evaluaciones sobre soportes tecnológicos.

¹ COLOMBIA, Ministerio de Comunicaciones; Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2008, p. 4

² Las TICs, tecnologías de la Información y Comunicación, son ágiles herramientas de informática y multimedia, para procesar, acceder y administrar información. En general para América Latina, debe tratarse de manera diferente este tema, dada la situación social de desigualdad.

³ DANE, Boletín Censo 2005, perfil Bolívar [online], disponible el 20 de mayo de 2011 en: http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/13000T7T000.PDF

Así, desde un enfoque cualitativo, se ha desarrollado esta investigación que intenta resolver la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las dinámicas de consumo cultural de las tecnologías de información y comunicación que tienen los jóvenes universitarios en Cartagena?

En otras palabras, este estudio se concentra en las prácticas de consumo cultural de TIC, por parte de jóvenes estudiantes universitarios de la ciudad, considerando los usos, los accesos y las percepciones de los jóvenes en relación a las TIC. La respuesta a esta pregunta, puede aportar en la comprensión de la incidencia de estas dinámicas de consumo en los procesos culturales de la región, y puede ser un insumo fundamental para el diseño de estrategias que permitan potenciar especialmente el uso de las tecnologías por parte de los jóvenes, de tal forma que se constituyan en una herramienta útil para espacios académicos o de participación ciudadana. En síntesis se trataba de indagar el consumo de nuevas tecnologías de la información en el contexto universitario de Cartagena, para vislumbrar las tácticas con las que los sujetos desarrollan sus relaciones con las TICs y la forma cómo esto incide en la configuración de sus imaginarios y formas de situarse en el contexto educativo.

En este documento, se presenta el desarrollo de la investigación desde los referentes conceptuales y teóricos, así como los lineamientos metodológicos que fueron empleados para abordar el problema estudiado. La investigación se desarrolló en el marco de las políticas de desarrollo investigativo institucional y regional de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. El semillero de investigación en comunicación SINCO, el equipo base del trabajo contó con el apoyo de otros grupos de investigación de la ciudad como Texcultura, Sensorium y en su desarrollo sumó el interés de investigadores con inquietudes comunes en el tema. Estos factores permitieron la triangulación del diseño metodológico y la socialización y retroalimentación continua del proceso, los datos levantados y el procesamiento de los mismos.

La estructura general del informe se detalla a continuación:

- En el capítulo uno se señalan los objetivos que pretende cumplir la investigación.
- El capítulo dos corresponde al marco teórico, que ofrece elementos conceptuales fundamentales sobre TICs y sobre Consumo Cultural.
- En el capítulo tres se establece el marco de referencia, relacionando investigaciones similares y el contexto social referente al consumo de TICs en Colombia, aportando cifras oficiales.
- En el capítulo cuatro se describe la metodología (grupos focales) que se empleó para el desarrollo del estudio.
- En el capítulo cinco se presenta el análisis de las dinámicas de consumo cultural a partir de la información, los testimonios y los datos suministrados por los jóvenes.
- En el capítulo seis se concluye y se sintetizan los principales hallazgos de la investigación.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Comprender las dinámicas de consumo cultural de Tecnologías de Información y Comunicación de estudiantes universitarios de facultades de artes y humanidades en Cartagena de Indias.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Indagar sobre los tipos de tecnologías de información y comunicación a las que tienen acceso y usan los jóvenes universitarios en Cartagena.
- Conocer las formas de uso y la visión que los jóvenes universitarios en Cartagena tienen respecto a las tecnologías de información y comunicación.
- Comprender la percepción que tienen los jóvenes universitarios en Cartagena en relación a la postura de padres y docentes sobre el uso de las tecnologías de información y comunicación.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Si se le pregunta a un empresario que entiende por tecnología, es posible esperar una respuesta en la que mencione máquinas, equipos y herramientas que cumplen una función específica, esto es, que tienen utilidad⁴. Si esta misma pregunta se le formula a un investigador en un laboratorio de investigación y desarrollo, la respuesta podría variar, tal vez en una dirección en la que señale que se trata del uso de la ciencia para resolver problemas específicos. La primera respuesta, corresponde a una visión instrumental de la tecnología, mientras que la segunda visión se suscribe a una comprensión de la tecnología como ciencia aplicada⁵.

La visión intelectualista, que concibe la tecnología como ciencia aplicada, se fundamenta en el modelo de relación entre ciencia y tecnología, haciendo alusión directa a la experimentación y a la demostración empírica de postulados científicos⁶. En este enfoque, la ciencia se convierte en tecnología en el momento en que se emplea para el mejoramiento del entorno (natural y artificial), mediante la invención y manufactura de bienes materiales y culturales⁷.

La visión instrumental, en cambio, "considera que las tecnologías son simples herramientas o artefactos contruidos para una diversidad de tareas"⁸, que surgen mediante el uso de una máquina y derivan en el desarrollo de una máquina (inician y terminan en la maquina)⁹. Esta concepción entiende a estos equipos, como objetos neutrales que pueden ser usados con fines buenos o malos, negativos o positivos. La inocencia de esta premisa, consiste en el desconocimiento de la tecnología como un sistema de acciones en donde se plasman intereses sociales, económicos y políticos de aquellos que diseñan,

⁴ CPP, 1997

⁵ Osorio, Carlos

⁶ John Staudenmaier (1985),

⁷ Bunge, Mario, La Ciencia, su método y filosofía; México: Siglo XXI Editores., 2000, p. 6

⁸ (González, et. al., 1996: 130).

⁹ (Pacey, 1983)

desarrollan, financian y controlan una tecnología. "Lejos de ser neutrales, las tecnologías dan un contenido real al espacio de vida en que son aplicadas, incrementando ciertos fines, negando e incluso destruyendo otros"¹⁰. Así, en una comprensión más amplia que la instrumental, la tecnología no se concibe neutral sino que refleja los planes, propósitos y valores de una sociedad específica¹¹.

Una visión integradora, corresponde a la noción sistémica, en la que se interpreta la tecnología como práctica, centrando su atención en el proceso tecnológico; es decir, en "la aplicación del conocimiento científico u organizado a las tareas prácticas por medio de sistemas ordenados que incluyen a las personas, las organizaciones, los organismos vivos y las máquinas"¹². Se aprecia de esta manera la tecnología como un sistema o sociosistema, en el que se presentan intercambios y comunicaciones permanentes de los diversos agentes del proceso. El carácter de sistema permite poner en relación a los individuos y los grupos entre ellos (productores, consumidores, participantes del intercambio), los agentes (individuales o colectivos), los materiales y medios disponibles, y los fines a desarrollar¹³.

Ahora bien, dentro de estos sociosistemas, es posible identificar diferentes formas tecnológicas que varían de acuerdo a su modo de operación en el entorno. Dentro de estas formas, se encuentran las denominadas Tecnologías de Información y Comunicaciones (en adelante TICs), cuya característica principal radica en que se trata de medios viejos y nuevos que coexisten (no necesariamente convergen) y que se constituyen en sistemas comunicativos complejos. Así, puede afirmarse que en el siglo XXI aún prevalecen los modelos y equipos de comunicación más antiguos y tradicionales como la imprenta, el teléfono, la radio, la fotografía; y también hacen parte de la cotidianidad tecnologías modernas como la computadora, la telefonía móvil, los

¹⁰ (Winner, 1977: 38).

¹¹ (Winner, 1986).

¹² (Pacey, 1983:21).

¹³ Seris, 1994

dispositivos de almacenamiento y reproducción de música, la televisión, el cine, y el internet¹⁴.

Aunque el término TICs se use de manera frecuente desde una perspectiva instrumental, entendiéndolo como medios, equipos o instrumentos que apoyan los procesos de comunicación y transmisión de información entre personas, parece ser evidente que no existe una definición precisa sobre lo que significan estas tecnologías. Una mirada sistémica del asunto, ha llevado a algunos autores a dimensionar las TICs en el marco de la denominada Sociedad de la Información¹⁵, ubicando sus orígenes en la década del sesenta, cuando la sociedad comienza a apreciar la información como un recurso clave que apoya los procesos de desarrollo social y económico¹⁶.

Antes de la sociedad de la información, la Sociedad Industrial y Postindustrial se caracterizaban por el acceso a bienes y servicios ofertados por otros, mientras que en la Sociedad de la Información surge la posibilidad de tener acceso a la información generada por otros¹⁷. Este acceso y tratamiento de la información necesariamente se encuentra mediado por un conjunto de herramientas y canales, a los cuales se les puede denominar TICs, que en un contexto contemporáneo corresponden a equipos (hardware) y soportes lógicos (software) empleados por las personas en sus procesos de comunicación¹⁸.

Más allá de la dimensión técnica de estos instrumentos, resulta relevante intentar establecer las formas en que las TICs se configuran y son aceptadas o rechazadas por la sociedad y cuáles son los factores geográficos, sociales y culturales que influyen en el uso y el consumo de estas tecnologías. Lo anterior implica que en cada contexto cultural se articulan dinámicas

¹⁴ Orozco, Guillermo, Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos, En: Moraes, D. (coord.). Sociedad mediatizada. Barcelona: Gedisa, 2007, p.

¹⁵ Aguilar, et. al., Por un enfoque social en el concepto de “nuevas tecnologías de la informática y la comunicación”, Revista Pedagogía Universitaria Vol. XI No. 4 2006, p. 94.

¹⁶ Castells, Manuel, La era de la información. Madrid. Ed. Alianza. 1998, p. 26.

¹⁷ *Ibíd.*

¹⁸ Gisbert, Merce; Adell, Jordi y Rallo, Robert, Training teachers with hypertext using HTML and INTERNET tools and didactic resources. [en línea] [fecha de acceso 26 de abril de 2011] Disponible en Internet: <http://nti.uji.es/docs/nti/inet96/inet96.html>

particulares y que no existen parámetros universales en relación al uso y apropiación de las TICs¹⁹.

2.2 DINÁMICAS DE CONSUMO CULTURAL DE TICs

Los estudios culturales del siglo XX y XXI sobre consumo se han desarrollado en el contexto de un mundo globalizado que ha fundamentado sus bases en el Capitalismo mercantil, después en el nacional y ahora en el capitalismo transnacional. Este modelo económico y social ha sido el soporte que ha permitido darle una sistematicidad y una regularidad al proceso globalizante. El historiador Hugo Fazio Vengoa habla de otros factores que fundamentan la economía occidental, como es el de la Segunda Revolución Industrial, la especialidad y temporalidad, las tendencias globalizantes y la economía de Mercado, que según Max Weber “es la relación práctica de vida más impersonal”²⁰.

Estas tendencias globalizantes se relacionan directamente con las TICs, pues éstas, generan la ilusión del acceso y la pertenencia a una comunidad conectada con todo el planeta, una comunidad global virtual, en la que el sujeto “*cyborg*” puede ir a donde quiera, puede viajar por la red, conocer lugares remotos o adquirir todo tipo de bienes. El ciudadano-consumidor cree que puede interactuar abiertamente y sin jerarquías porque se habla el mismo lenguaje: “el Chat es el idioma del mundo”²¹.

Más allá de entender las TICs como un conjunto de bienes y servicios que pueden ofertarse en un mercado “virtual”, se pretende resaltar la dimensión cultural del consumo de estas tecnologías, entendiendo Cultura en la acepción aportada por Clifford Geertz, que la concibe como la red de significados que los grupos le otorgan a las acciones humanas, es decir, Cultura como construcción

¹⁹ Silverstone, R. De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. Bases para una reflexión global. En: Revista Diálogos de la comunicación Nueva ÉPOCA, 2009, #78.

²⁰ Fazio Vengoa, Hugo. El mundo frente a la globalización. Diferentes maneras de asumirla, Bogotá, Alfaomega, Cesu-Uniandes, IEPRI-Universidad Nacional, 2002.

²¹ Escobar, Arturo. (1999) Bienvenidos a Cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura. El Final del Salvaje. Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea. Bogota D.C.: Instituto Colombiano de Antropología/CEREC.

de sentido²². De esta manera, se comprende el Consumo Cultural de TICs, no como el uso de aparatos que permiten procesos de comunicación y de transmisión de información, sino más bien, acogiendo la definición de García Canclini, como el “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”²³.

Como afirma Silverstone²⁴:

“El consumo constituye la única actividad central a través de la cual nos involucramos cotidianamente en la cultura de nuestros días...consumimos continuamente...recibimos para ello la ayuda de los medios. En efecto, el consumo y la mediatización son, en muchos aspectos, fundamentalmente interdependientes. Consumimos medios, consumimos a través de los medios. Aprendemos qué y cómo consumir a través de los medios”.

Así, el consumo de TICs sería un espacio de integración y comunicación entre individuos, de diferenciación social y distinción simbólica entre grupos sociales²⁵. Consumo que se da a través de las industrias culturales o creativas que según la UNESCO, conforman un sector que conjuga la creación, la producción y la comercialización de bienes o servicios con contenidos de carácter cultural²⁶. Además, “los productos de estas industrias de la creación no son simples mercancías. Tienen una naturaleza social y cultural que influye en

²² Geertz, 1992

²³ García Canclini, Néstor. Consumidores y Ciudadanos. El Consumo sirve para pensar. México. Grijalbo.1992.

²⁴ Silverstone Roger. Consumo ¿Por qué estudiar los medios? Amorroutu editores. Buenos Aires-Madrid 2004.

²⁵ BIBLIOGRAFÍA: Sunkel, G. (coord.)(2006). El Consumo Cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello, p. 25

²⁶ Hoy en día las industrias creativas aportan cerca de un 7% al PIB mundial. Entre 1992 y el 2002, el comercio de bienes y servicios culturales, paso de 39.3 millardo de dólares a 59.2 millardo de dólares

la cohesión social, las identidades, la interculturalidad, el fortalecimiento de la democracia o la participación social”²⁷.

Abordar la Comunicación desde la Cultura en la Ciudad

En este sentido, la ciudad mediatizada y tecnológica se presenta como lugar y no lugar de la comunicación, donde se legitima la extensión del aparato tecnológico de los medios. Es necesario asumirla como escenario de comunicación, discurso donde interactúan el espacio y el habitante (Barthes). Lugar donde las relaciones sociales, el poder y la tecnología se dan cita para construirnos como seres productivos, como consumidores y ciudadanos, sin sustituir la necesidad de las interacciones personales aunque transformándolas (De Certeau, 1995).

El interés por las relaciones entre los universitarios y las nuevas tecnologías se debe en parte a compartir la idea de que la comprensión de los imaginarios sociales construidos desde la tecno-mediación es urgente y necesaria para explicar nuestras relaciones con el mundo posmoderno (Auge, 2007); ¿Cuál es el rol que ocupan los accesos, los usos y la alfabetización digital en las vivencias de los universitarios latinoamericanos?

Nuestras realidades latinoamericana están regidas por el vértigo del fragmento occidental posmoderno, los destiempos tecnológicos, políticos, económicos y culturales derivados de nuestra relación particular con la modernidad, consecuencia de nuestras fracturas particulares de experiencia colonial y poscolonial en relación con Europa, reciente el empuje del imperialismo norteamericano y el capitalismo financiero. Todos estos factores en definitiva conforman un mapa cultural fragmentado, traumatado, residual, heterogéneo y multitemporal en todas sus dimensiones.

²⁷ CANCLINI, García Néstor. Todos tienen cultura, ¿Quiénes pueden desarrollarla? Conferencia para el seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.

Mirando por fuera del paradigma de la sospecha y la dependencia, se puede ver en el consumo un discurso ecléctico, neobarroco si se quiere, que viene a abigarrar aún más la realidad sociocultural de la región, pero también a darle movilidad, construyendo nuevos lugares de enunciación de lo latinoamericano. Pensando el consumo cultural contemporáneo en América Latina partiendo de relación entre tecnología, comunicación, como la entienden De Certeau y Martín-Barbero y otros autores afines, para quienes los consumos se ofrecen como una coordenada significativa para la comprensión de los recorridos de lo que somos, sentimos e imaginamos, respecto del avance de los discursos y los procesos en relación con nuestros roles y vínculos con los vectores tecno mediáticos hegemónicos.

Desde allí cuestiones como las dinámicas de consumo que los universitarios realizan de las TIC'S son esenciales para comprender cómo se realizan hoy los procesos de construcción y diferenciación simbólica. La reflexión sobre los jóvenes y sus procesos de consumo en nuestro contexto, hay que proponerla considerando en consecuencia que "Estamos ante identidades más precarias y flexibles, de temporalidades menos largas y dotadas de una flexibilidad que les permite (a los jóvenes) amalgamar ingredientes provenientes de mundos culturales distantes y heterogéneos, y por lo tanto atravesadas por discontinuidades en las que conviven gestos atávicos con reflejos modernos, secretas complicidades con rupturas radicales." (Martín-Barbero, 2002:6)

Es reveladora la incidencia que la TICs tienen en las cotidianidades de los sujetos juveniles urbanos en nuestro contexto, véanse por ejemplos signos de pertenencia o de distinción respecto a un determinado grupo, y las anécdotas sobre las posibilidades de la pedagogía. No es exagerado señalar que en América Latina distintas culturas juveniles están realizando una transformación de la cultura, dibujando una hipérbole que va de una no muy acabada cultura que se piensa letrada a una aceleradamente audiovisual. Por ejemplo, en el escenario de la ciudad "al sur de la modernidad" el joven contemporáneo muchas veces conectado a su MP3 o su celular, consume y produce un discurso ritual, verbal, gestual, de apropiación y representación de su entorno

heterogéneo conjugándolo con otros contextos, con otros lugares y temporalidades.

Según Silverstone, es evidente que en la vida de la mercancía, el consumo es la cultura de nuestro tiempo, es una actividad social económica y de ostentación donde los medios median y a la vez son producto, proporcionan marcos y exhortaciones “algo que deseamos compartir y que brinda un momento de sociabilidad (...) Los medios median entre el tiempo y el consumo. Ellos mismos son consumidos” (2004, 138-136).

En el mismo sentido, Martín Barbero propone que “...el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales” (1987, p.231). En ese contexto, el consumo cultural se ofrece como uno de los horizontes de comprensión de los decursos derivados de las prácticas de consumo de los jóvenes.

2.2.1 La Dimensión del Uso de las TICs

Para aproximarse al consumo cultural de TICs es pertinente explicar que las tecnologías por sí mismas no generan transformaciones; estos cambios están sujetos a varios factores sociales, culturales y económicos. “*Las prácticas comunicativas generan hábitos y promueven regularidades que los actores sociales desarrollan, a veces de manera automatizada, la gente interioriza comportamientos, patrones de acción frente a los referentes comunicativos*”²⁸. Esta ritualidad refleja grados de apropiación o de abandono de esos referentes.

Las personas hacen determinados reajustes que requieren de tiempos de adaptación diferentes. Es así como el consumo cultural de TICs está mediado por procesos de apropiación en donde la relación que construyen los sujetos

²⁸ Op. Cit., Orozco, Guillermo.

con las tecnologías se da en contextos culturales diversos y a través de procesos comunicativos complejos y múltiples²⁹.

Parte de las transformaciones que se pueden identificar en la contemporaneidad, corresponden al cambio del paradigma del proceso cognitivo (en el campo de la educación) que pasa del cuerpo-máquina a la relación cerebro-información, mediada de forma evidente por las TICs. Ahora se trabaja interactivamente con sonidos, imágenes y textos escritos; es decir el hipertexto que híbrida “la densidad simbólica con la abstracción numérica haciendo reencontrarse a las dos, hasta ahora opuestas, revelando el paso de la primacía sensorio-motriz a la sensorio-simbólica”³⁰.

Así, la dimensión del Uso revela la interrelación individuo-tecnología, estableciendo el tipo de prácticas, así como el grado de adaptación y apropiación de las TICs por parte del usuario.

2.2.2 La Dimensión del Acceso a las TICs³¹

La tendencia actual es que “*la mediación tecnológica impacte todo lo que toca*”³², afectando todas las demás dimensiones de la vida individual y colectiva. Esta mediación supone nuevas dependencias, y mantiene las relaciones de asimetría entre los usuarios de tecnologías antiguas y los usuarios de tecnologías actuales. Además, las barreras de acceso y de consumo de TICs no sólo se dan en un sentido de habilidades de uso, sino que “las diferencias en el consumo (inequidades culturales), también son un problema [identificado]. Los pobres, los habitantes de regiones y las personas

²⁹ *Ibíd*, p.

³⁰ Barbero, Jesús M., *Tecnicidades, identidades, alteridades: desubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*, *En*: Moraes, D. (coord.) (2007). *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa

³¹ En este apartado se pretende abordar la Dimensión del Acceso desde una perspectiva conceptual. Las cifras sobre acceso a TICs en Colombia y América Latina se presentan en el capítulo 4, Marco de Referencia.

³² *Ibíd*, p.

con más bajos niveles educativos, en general, también se hallan distanciados del disfrute de los bienes y servicios culturales en las ciudades.”³³

En esta línea de pensamiento, puede asumirse que los sujetos se sienten parte del mundo al tener acceso a las TICs, aunque al mismo tiempo surge una paradoja en la que la integración simbólica se da a partir del consumo cultural; esto es, si no se tiene acceso a estos bienes culturales entonces no se logra tal integración. Siguiendo a Baudrillard: “En la sociedad contemporánea la función distintiva de los objetos y el consumo en general establece un sistema de discriminación social que debe analizarse en el marco de una sociedad estratificada y en términos políticos de estrategia de clase”³⁴.

(Trejos, 2006) Las dimensiones del cambio en patrones y oportunidades de consumo cultural que implican esas facilidades tecnológicas están por ser estudiadas. Desde luego cuando entendemos al Internet como fuerza democratizadora en la propagación de la cultura tenemos que recordar la ya mencionada y problemática brecha digital, así como la necesidad de que los usuarios de la Red tengan pericia suficiente para no ser solo consumidores pasivos, sino activos partícipes del intercambio y la creación de contenidos.

De esta manera, la dimensión del Acceso se presenta como el conjunto de dificultades y de oportunidades que vive el usuario en relación a su capacidad para adquirir las TICs.

2.2.3 La Dimensión de las Percepciones de los Usos de las TICs

En el contexto actual de los jóvenes (edades entre 17 y 28 años) las TICs forman parte integral de su cotidianidad. En contraste, las familias de los jóvenes y probablemente algunos de sus profesores, han tenido que presenciar el surgimiento de nuevas y mejoradas tecnologías y han podido apreciar la

³³ Germán Rey, *Las Tramas de la Cultura*, Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2008. Pág. 117.

³⁴ Baudrillard, Jean (1974). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Ed. Plaza & Janés, Barcelona. Citado En: Terrero Patricia, *Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada*, En: Sunkel, G. (coord.)(2006). *El Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

relación estrecha que los jóvenes presentan con éstas. Así, una pregunta natural que surge para las generaciones anteriores sería: “¿Qué tipo de ciudadanos serán estos jóvenes que ya no ven las máquinas como una curiosidad ajena a sus vidas, sino como una parte integrante de ellos mismos?”³⁵.

Pueden surgir algunos puntos de vista negativos, desde la percepción de padres (familiares) y docentes en relación al uso de las TICs por parte de los jóvenes, en aspectos como la adicción que pueden generar, el aislamiento social a pesar de establecer “relaciones” virtuales, o el acceso a contenidos perversos (pornografía, violencia, agresión, humillación) y no aceptados moralmente. Como también puede haber perspectivas positivas, orientadas a las oportunidades de formación y de interrelación en un mundo global que demanda personas con habilidades de comunicación mediante el uso de tecnologías³⁶.

La dimensión de las Percepciones, de acuerdo a lo planteado, recogería la mirada que los padres y los docentes tienen sobre el uso actual que las nuevas generaciones hacen a las TICs.

³⁵ Gil, Adriana, et. al., ¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital, Universidad Oberta de Catalunya [Online], disponible en: <http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html>

³⁶ *Ibíd.*

3. MARCO REFERENCIAL

3.1 ANTECEDENTES

Durante las últimas casi cinco décadas, en América Latina las temáticas asociadas a las culturas juveniles han vivido un momento de auge tanto en los alcances de las investigaciones como en la cantidad de publicaciones. Los trabajos abordan desde los ángulos más diversos las subjetividades de las culturas juveniles que proponen otros modos de reflexionar la temática, más desde la perspectiva de la comunicación y la cultura, la música, y otros procesos de consumo. Esta investigación se abordó desde una perspectiva cultural y social que implica considerar aspectos narrativos y performativos de la identidad juvenil derivados de la relación con el mercado y las tecnologías.

Algunos de los trabajos revisados para este estudio, valoran los cuestionamientos que los jóvenes proponen desde el consumo. De forma análoga podemos decir en relación con las instituciones tradicionales que las mediaciones de las tecnologías, la publicidad y los medios juegan un papel allí donde la familia, la religión, la escuela y el Estado como espacios institucionales tanto tradicionales como modernos han dejado vacíos e insatisfacciones (Reguillo, 2000, p.80-81).

Ya a comienzos de los noventa según Sunkel (2002:75), García Canclini se preguntaba vehementemente ¿Por qué el consumo cultural era uno de los temas menos estudiados en México y en América Latina? Sin embargo, señala el autor chileno que la situación ha cambiado mucho desde entonces. Precisamente, la reedición de 2006 de la compilación del libro de Sunkel *El consumo cultural en América Latina* en general y especialmente la ampliación

referida al consumo de Internet fue decisiva para el origen y evolución de este proyecto de investigación. Especialmente, los artículos de Trejo Delarbre y Winocur, exponen aspectos claves en los usos que se hacen de la Red. Primero está el de asumir al Internet como espacio ventajoso y utilizable para la divulgación de bienes y servicios culturales de toda índole y para la aproximación a nuevos usos y prácticas culturales y sociales de las cultura juveniles.

Como antecedente importante en la región, se ha trabajado el tema de la música como producto cultural y de consumo masivo, como forma de identificación y como un medio de marcar distinción con otros individuos y/o otros grupos sociales y culturales. Por ejemplo, en la tesis de Chajín (2008), se aborda la relación jóvenes -rock, y se da cuenta de la existencia de unos rituales de consumo que conforma para los jóvenes una manera particular de ver, de ser, de entender, de explicar, una manera de “abrirse” o agruparse, es decir, una suerte de artefacto simbólico.

También se han realizado algunas investigaciones sobre los jóvenes y su relación con los medios y otras prácticas culturales desde el enfoque de los estudios culturales. Principalmente se han investigado temas sobre jóvenes y su relación con la música, como tesis de pregrado de la Universidad de Cartagena, por ejemplo, Lemus Stave “El Toque: Rock y jóvenes en Cartagena” (2007).

En general estos trabajos buscan contribuir en la comprensión del universo creativo de algunos colectivos juveniles asociados a músicas como rap y rock en Cartagena de Indias; por lo general, a través de la descripción y el análisis

de la estructuración y producción de los discursos en los que se expresa la relación jóvenes-música-ciudad, se enfatiza en las condiciones en que se desarrolla dicha relación, el análisis de las letras de las canciones y un trabajo muy cercano con los jóvenes derivan en una información valiosa sobre cómo, por ejemplo, los “jóvenes adscritos al rock conforman territorios de pertenencia, resignifican con sus prácticas y consumos culturales, espacios de sentido, configuran y reafirman sus identidades, crean nuevos lazos con otros jóvenes, evalúan y re-crean la idea de urbe, sus espacios y los discursos e imaginarios instituidos en torno a ellos” (Lemus Stave, 2008).

Próximo a estas miradas, Chica Gelis (2002) en Ciudad Solle, hace una investigación histórica sobre las representaciones y prácticas juveniles de los “solle” término que se le dio a los jóvenes seguidores de la música norteamericana de los años setenta y ochenta. Chica privilegia aquellos aspectos que apuntan hacia nuevos modos de ser de los jóvenes, y plantea una visión alejada de la mirada reduccionista de las instituciones sociales que tildan de simples destellos de rebeldía las posiciones de muchos jóvenes.

Por otra parte, desde una mirada más semiótica funcional, el trabajo de Ruiz, Ferro y Caneva (2007) “La estructura en el magazín documental Banderas en Marte para comprender la Interpelación a lo joven” plantea la necesidad de estudiar la representación de lo joven en la televisión, la importancia de ésta como herramienta, no sólo de visualización de saberes e imaginarios, sino su innegable capacidad para la construcción de redes simbólicas de relaciones y significados entre las audiencias juveniles que la consumen.

Una última investigación a nivel regional sobre el tema es la de Daza Hernández (1992) “Dinámica cultural televisiva. Los jóvenes de la Costa Caribe”. Aquí se aplicó una encuesta a jóvenes entre 12 y 20 años de las cabeceras municipales de los siete departamentos de la costa caribe y se complementó con estudios de caso en áreas rurales del Caribe colombiano. Daza y su equipo encontraron datos relevantes en cuanto a la interacción de la televisión con la formación educativa, que fueron de gran utilidad para los educadores de la región.

3.2 La investigación sobre jóvenes y consumo desde lo nacional y lo internacional

A nivel nacional, tenemos como principal referente tres investigaciones. Primero, el estudio sobre El Estado del Arte del Conocimiento Producido Sobre Jóvenes en Colombia (1985-2003). Ejecutado por el Programa Presidencial Colombia Joven, La Universidad Central y El Departamento de Investigaciones DIUC. Este Estado del arte parte de la pregunta por la construcción de juventud desde los saberes especializado en Colombia. Los investigadores observaron una descontextualización de gran parte de los estudios que se caracterizaba por dos aspectos: ausencia de especificidad local y/o regional; e inexistencia de contexto sociotemporal.

Segundo, el trabajo de Serrano Amaya (2004) en Menos querer más de la vida, narraciones de vida y muerte en jóvenes urbanos, que explora desde las dinámicas de las religiosidades contemporáneas, los modos de buscarse la vida y buscarse la muerte de los sujetos juveniles urbanos. Las investigaciones realizadas por el equipo dirigido por Serrano apuntan a una comprensión de las complejidades de los sujetos y sus prácticas desde estrategias no violentas, tratando de hacer del objeto de la indagación el principal protagonista; de tal manera, la práctica etnográfica y la redacción del informe final intentan

equilibrar en la narraciones los modos, los usos y los mundos de los jóvenes con la propia práctica investigativa.

Y tercero, los trabajos de Muñoz y Marín, condensados en *Secretos de Mutantes* (2002) se centran en la creatividad como vía de comprensión de lo juvenil; en abierta discusión incluso con algunos de los trabajos más desmitificadores y radicales sobre la temática, proponen una exposición de corte dialógico entre las voces de los investigadores, los cronistas de lo propio dentro de las culturas juveniles y las indagaciones teóricas.

Vale decir que estos dos últimos trabajos, se proponen para pensar los mecanismos y los modos de habitar desde la creación, narrativas sobre lo cotidiano y creación en un sentido estético, la ciudad grande de América Latina, también pensada como camaleónica, líquida y mutante como algunas de las configuraciones subjetivas de sus habitantes. La juventud como discurso se cruza con otras categorías definitorias de los contextos de los sujetos como por ejemplo la creación, la subjetividad (Muñoz y Marín, 2002) y también con categorías que apuntan a dinámicas arquetípicas sobre la vida y la muerte (Serrano, 2004).

A nivel internacional, desde un abordaje que podría denominarse de dramatización de las identidades en tensión con la obsolescencia contemporánea del sentido, “La perspectiva cultural con la cual se está mirando hoy a la problemática, (...) ha mostrado que el fenómeno de la juventud no puede ser entendido si no se asume integralmente, y que no existe una sola sino varias juventudes, con múltiples manifestaciones y atravesadas por condiciones espaciales y temporales concretas” (DIUC, 1998:xi).

Muchos de los trabajos desde esta mirada tienen en común valor las re-semantizaciones y los cuestionamientos que los jóvenes proponen desde el consumo. Por ejemplo, Reguillo en un texto ya clásico *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto* señala que la construcción de una socioestética determinada por “el acceso a ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones identitarias de los jóvenes...” (2000:27). La autora ejemplifica este papel de la siguiente manera

refiriéndose a los medios de comunicación: "... no sólo actúan como cajas de resonancia para la sociedad, sino que se han transformado en actores decisivos para la configuración de modelos sociales que rivalizan en las instancias y los discursos socializadores tradicionales" (2000:78). De tal manera, el "análisis de las identidades juveniles no puede realizarse al margen de una biopolítica del consumo como mediación entre las estructuras y las lógicas del capital y la interpretación cultural del valor" (2000:85).

3.3 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN SOBRE CONSUMO CULTURAL DE TICs EN LATINOAMÉRICA

Como referentes para este estudio, se identificaron tres trabajos que abordan temáticas similares y funcionan para efectos comparativos o de soporte metodológico. En primera instancia se encuentra un trabajo desarrollado en México, que intenta comprender las formas de relacionarse que tienen los jóvenes en las redes sociales. Un segundo estudio de referencia, corresponde a la encuesta de Consumo Cultural en Colombia, cuyo análisis efectuado por Jesús Martín Barbero se presenta en este capítulo. Y el tercer estudio, aproximado a la realidad de consumo de TICs en las Universidades, es la investigación llevada a cabo en la Universidad de Caldas (Manizales) en la que se aplica una encuesta sobre el consumo de internet de los jóvenes estudiantes. A continuación se presentan los aportes y hallazgos más relevantes de estos tres referentes.

3.3.1 El caso de México

Este trabajo, coordinado por Rosalia Winocur, menciona que para los jóvenes Internet es un artefacto cultural de transformación de la institucionalidad social tradicional; esto se evidencia en la lectura que la investigadora realiza de los usos que sujetos juveniles hacen de esta herramienta, resaltando este aspecto en relación con los contextos educativos, familiares y de pares, donde toma cuerpo la relación jóvenes-consumo-Internet, en la medida que el consumo de

Internet no sustituye la vida cotidiana sino que se ha vuelto algo natural en la vida del joven³⁷.

El estudio se interesa por caracterizar los usos y formas de apropiación locales de Internet como si se tratara de un artefacto cultural, enfocándose en los aspectos comunes y en las diferencias a partir del reconocimiento de los jóvenes como sujetos inmersos en los códigos de este espacio digital desde diversos universos culturales y capitales simbólicos desiguales. En esta perspectiva, se indagan las prácticas y las expresiones simbólicas que acompañan o determinan el uso de esta tecnología en jóvenes universitarios en México.

De acuerdo a la investigadora, el sentido que para los jóvenes puede implicar la apropiación de las TICs depende del contexto cultural. Internet adquiere su forma según el uso que hagan los usuarios, de tal manera que se entiende la apropiación como el conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socio-culturales. Por último, se parte de la base que el consumo de Internet, al igual que otras tecnologías mediáticas, se produce fundamentalmente en el hogar y secundariamente en espacios académicos, y en ese sentido la comprensión de su impacto también pasa por reconstruir su proceso de incorporación en la vida cotidiana y en las dinámicas familiares y estudiantiles.³⁸

Winocur dice: Internet es un artefacto cultural de transformación de las socialidades y la institucionalidad social tradicional, '[...] el consumo de Internet, al igual que otras tecnologías mediáticas, se produce fundamentalmente en el hogar, y en ese sentido la comprensión de su impacto también pasa por reconstruir su proceso de incorporación en la vida cotidiana y en las dinámicas familiares (de los jóvenes).' (Winocur, 2006, pág. 507).

³⁷ “Procesos de socialización y formas de sociabilidad de los jóvenes en la red”, Winocur Rosalía En: Sunkel, G. (coord.) (2006). El Consumo Cultural en América Latina. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

³⁸ *Ibíd*

Finalmente, en el trabajo se encuentra que Internet, como artefacto cultural, es dimensionado por el entorno (académico y familiar) como un potenciador de las posibilidades de acceso al conocimiento y es una herramienta para mejorar la competencia escolar, razón por la cual los jóvenes generaron como estrategia de presión un discurso vinculado al imaginario de la educación como estrategia de movilidad social, induciendo en sus hogares para que sus padres incorporaran dentro de sus prioridades de consumo la compra de una computadora. La comunidad virtual, entonces, es una versión del hogar. Pero es pública y no privada. Cumple una función de compensación importante porque permiten tolerar mejor las limitaciones o frustraciones de los vínculos tradicionales familiares, amplía las posibilidades de encuentros y de sortear ilusoriamente las dificultades y el tiempo que provocan los encuentros reales o la falta de ellos. En esencia, Internet se convierte en un espacio de liberación y en un mundo alternativo que facilita los procesos de socialización entre las personas sin requerir su presencia física.

3.3.2 La Encuesta de consumo cultural en Colombia

Según la encuesta del DANE sobre consumo cultural del 2008, “Colombia es una nación que ve televisión, oye música vallenata y tropical, más que practicar cultura prefiere el ocio pasivo, y casi no lee, va poco a cine, bibliotecas y museos, y se entretiene en fiestas populares o viendo películas en la casa”³⁹.

Barbero cuenta que el proceso de medición de consumo cultural en Colombia ha atravesado varias etapas, la primera, que va de los años 50 a los 80 cuando, por departamentos y ciudades capitales, recogieron información cuantitativa acerca del cine y otros espectáculos. La segunda, de los 80 al año 2002 en la que lo cultural comienza a hacer parte de la encuesta de ingresos y gastos, y se incorporaron preguntas por la radio y la televisión.

³⁹ Martín Barbero Jesús. La Investigación del Consumo Cultural en Colombia. Abril 24 de 2009 Tomado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5050511>

Una tercera etapa, del 2002 al 2006, en la que se hace la Encuesta Satélite de Cultura, que sustentada en la economía de la cultura, planteaba el capital social y la cultura como claves estratégicas para el desarrollo. Y la cuarta etapa en la que, además de la encuesta de consumo cultural y la encuesta satélite, se realiza la encuesta sobre cultura política y se agrega un módulo en la encuesta de hogares dedicado a las TICs.

Según Barbero, esta encuesta de tecnologías de información y comunicación da inicio a una mirada de conjunto no sólo de la presencia y frecuencia de uso de esas tecnologías sino de las transformaciones socioculturales que ellas catalizan en los muy diversos ámbitos que van desde los hábitos de lectura y escritura a los modos de comunicación de los migrantes y desplazados o a los nuevos sentidos que adquiere la información en los mundos de la educación y la investigación, de la planificación y la gestión.

Finalmente Barbero al analizar este proceso encuentra que existe un interés oficial hacia el libro y el cine, ya que sólo éstos poseen leyes que los estimulen y los protegen, mientras que en otros sectores, como el de los medios digitales, es evidente la ausencia de información, aunque sea en este terreno que “la sociedad dibuja tendencias y cambios mayoritarios y decisivos.”⁴⁰

3.3.3 El caso de la Universidad de Manizales⁴¹

En el 2008, el Observatorio de Medios y de Opinión de la Universidad de Manizales, realizó una investigación sobre el consumo de internet en los estudiantes de la universidad de Manizales. Las dos principales categorías de análisis fueron: los recursos tecnológicos y el uso que los estudiantes dan a Internet.

⁴⁰ Barbero, Jesús Martín. La Investigación del Consumo Cultural en Colombia. Abril 24 de 2009

⁴¹ Burgos, Suares. Acceso y Tecnología empleada para el Consumo, Tercera Entrega. Periódico de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Universidad de Manizales, Sept 1 – 15, edición 135, 2008

El estudio se concentra en presentar cifras, encontrando, para el caso de los recursos, que la mayoría de usuarios (65%) se conecta a través de banda ancha y que el 69% tiene un computador propio.

En relación a los usos, se identifica que el 40% de los jóvenes dedica su tiempo en Internet a chatear, mientras que el 22% revisa el correo, el 18% investiga y el restante participa en redes sociales. Sobre la información que se descarga de la red, el 38% de los jóvenes la usa para trabajos académicos y el restante con fines comunicativos.

Finalmente, se indagó sobre el motivo que lleva a los estudiantes a frecuentar Internet. Como resultado, se obtuvo que el 22% lo hacía para matar el tiempo libre (“desparche”), 20% para navegar, 14% para entretenerse, 18% para comunicarse, y el resto para conocer gente y asuntos académicos.

La gran conclusión del estudio, que aunque parece obvia (según los realizadores del mismo), es que el principal uso de Internet por parte de estos estudiantes es para el entretenimiento, lo que a su juicio es una paradoja, considerando que “el principal recurso de la internet es la información, materia prima de la actividad académica, lo que sugiere que pese a tener unas condiciones favorables para el acceso a la tecnología, esta no es tomada en cuenta como factor de mejoramiento en la producción académica de los estudiantes”.

Si bien este estudio aporta datos importantes desde la perspectiva cuantitativa, no arroja suficiente luz ni argumentos explicativos respecto a las causas de estos usos y preferencias por parte de los jóvenes.

3.4 DESARROLLO Y TICS EN COLOMBIA

En la esfera latinoamericana, recientes estudios intentan señalar la interrelación entre las Tecnologías de Información y las Comunicaciones y el Desarrollo, mediante la construcción de un Indicador de la Sociedad del Conocimiento (ISC), en el que se incluye el componente del acceso a las TIC.

Estos estudios destacan que Colombia encabeza el crecimiento en la tasa de penetración de Internet más alto en Latinoamérica, con 455 usuarios por cada mil personas⁴². En las variables tecnológicas de Servicios, el informe anota que se estima que los dominios de Internet y las ventas minoristas online en Colombia presenten un crecimiento superior al promedio latinoamericano. Los dominios, para el 2011, se encontrarán en un valor cercano a 1,5 por cada mil habitantes, mientras que las ventas online podrían llegar a 13 US\$ por persona año. Lo mismo sucedería con los ordenadores, que alcanzarían un orden equivalente a 130 unidades por cada mil personas⁴³.

El avance específico, para el caso de Colombia en relación a las TIC, posiblemente es consecuencia de la estructuración en el año 2008 del Plan Nacional de TIC en el que se plantea, como visión, lograr que en 2019 todos los colombianos se encuentren conectados e informados, “haciendo uso eficiente y productivo de las TIC, para mejorar la inclusión social y la competitividad”.⁴⁴ El propósito de esta política consiste en promover un uso adecuado de las TIC, buscando avanzar en el acceso universal de Internet, bajo la premisa que “sólo de esta manera se podrá alcanzar el bienestar económico y social de los colombianos”⁴⁵.

Como fruto de esta política, en el 2009 se formuló la Ley 1341, que determinó que “las entidades en el orden nacional y territorial promoverán, coordinarán y ejecutarán planes, programas y proyectos tendientes a garantizar el acceso y uso de la población, las empresas y las entidades públicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”⁴⁶.

El esfuerzo, que se ha concentrado especialmente en cobertura y penetración de Internet, ha ubicado a Colombia como el país con el mayor crecimiento gradual de penetración de Internet (banda ancha) en Latinoamérica, a la vez

⁴² COLOMBIA, Everis y IESE Business School, Indicador de la Sociedad de la Información (ISI) : Situación de las Tecnologías de la Información en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, 2011, p. 46

⁴³ *Ibíd.*

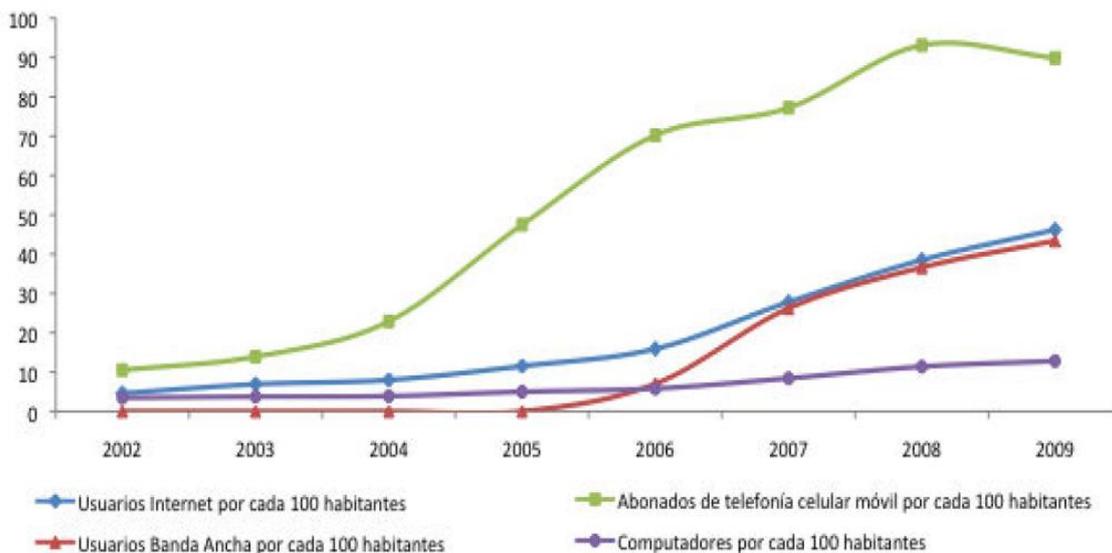
⁴⁴ COLOMBIA, Ministerio de Comunicaciones, Op. Cit., p. 10

⁴⁵ *Ibíd.*, p. 11

⁴⁶ COLOMBIA, Departamento Nacional de Planeación, Lineamientos de política para la continuidad de los programas de acceso y servicio universal a las tecnologías de la información y las comunicaciones, 2009, p. 1.

que ha incrementado el acceso a servicios como telefonía celular. En la siguiente gráfica se muestra la evolución de la penetración de las telecomunicaciones en los más recientes años, en la que se puede apreciar que para el año 2009 había cerca de 40 usuarios de Internet por cada 100 habitantes y más de 80 usuarios de telefonía celular por cada 100 habitantes.

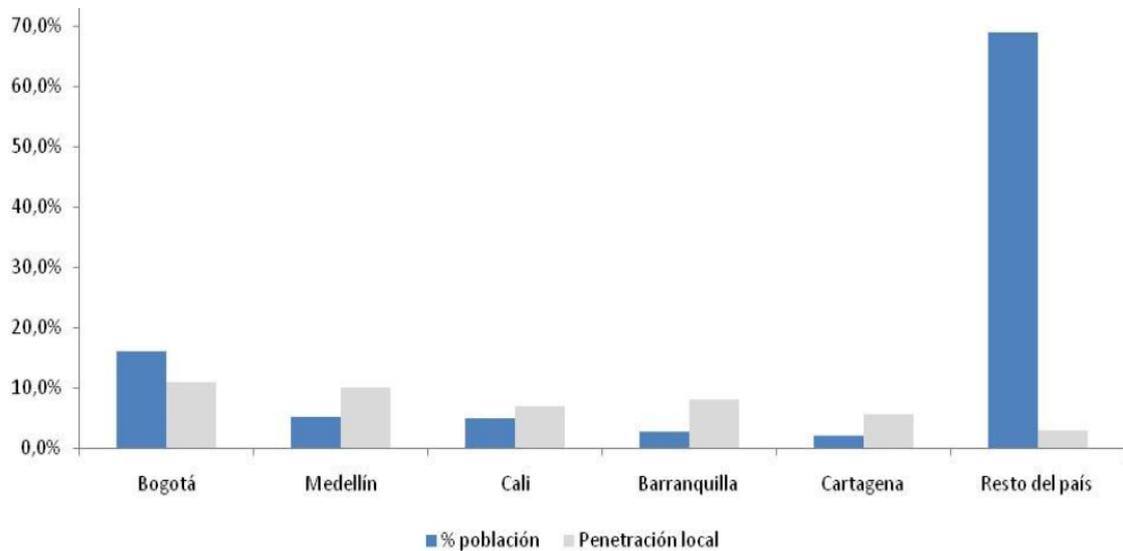
Figura 1. Evolución de la penetración de los servicios de telecomunicaciones



Fuente: Ministerio de TIC, 2010

Para el caso específico de la penetración de Internet, los datos oficiales señalan que ésta se ha concentrado en las cinco principales ciudades del país tal como se aprecia en la siguiente figura:

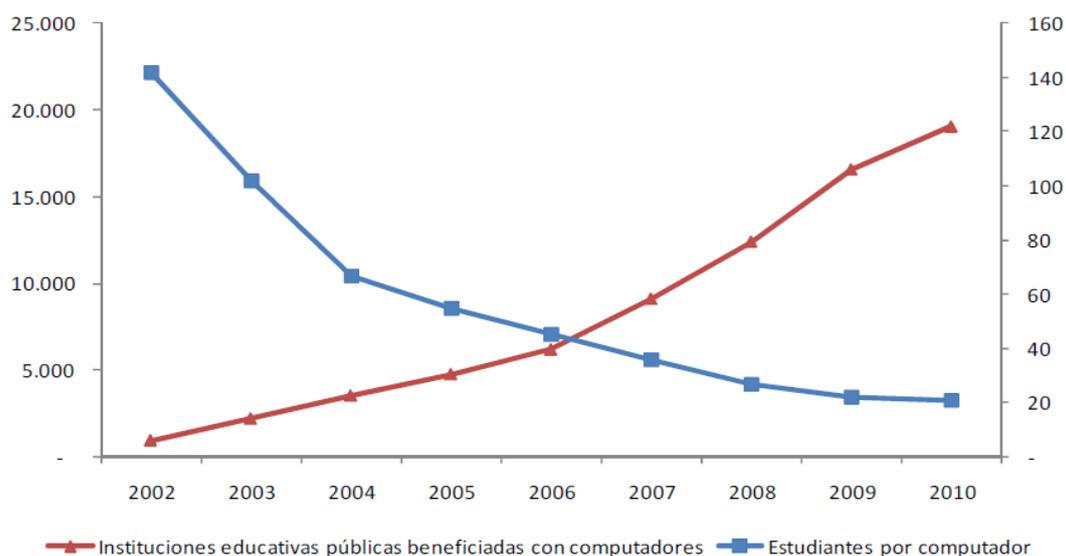
Figura 2. Penetración Internet banda ancha frente a % de población local en relación a nacional



Fuente: Comisión de Regulación de Comunicaciones. Cálculos: DNP

En el ámbito escolar, el esfuerzo de las políticas nacionales se ha concentrado en ampliar la cobertura de acceso a computadores en las aulas de clase, de tal manera que se reduzca el número de estudiantes por computador. Para el año 2010, se identificó que en las instituciones educativas había un promedio de veinte estudiantes por computador. El comportamiento histórico de este esfuerzo se presenta en la siguiente figura.

Figura 3. Evolución de la cobertura de acceso a computadores en sedes educativas de Colombia



Fuente: Ministerio de TIC, Ministerio de Educación (2010)

En la actualidad, cerca de 22.000 instituciones cuentan con conexión a Internet, mientras que 11.000 instituciones no tienen conectividad⁴⁷.

Para el caso de Bolívar, se encuentra que esta cifra está por encima del promedio nacional, ya que hay una tasa de 27 estudiantes por computador, frente a 11 estudiantes por computador en Cundinamarca, 14 en Cauca, 17 en Valle, 20 en Antioquia y 24 en Atlántico⁴⁸.

Buscando complementar estas cifras, el DANE presenta en su informe de Indicadores Básicos de TIC, el comportamiento y uso de diferentes tecnologías.

A continuación se presenta un resumen de las principales variables cuantificadas en el informe.

⁴⁷ Programa Compartel – Ministerio de Educación Nacional (2010)

⁴⁸ Ministerio de Educación Nacional, Programa Computadores para educar (2010)

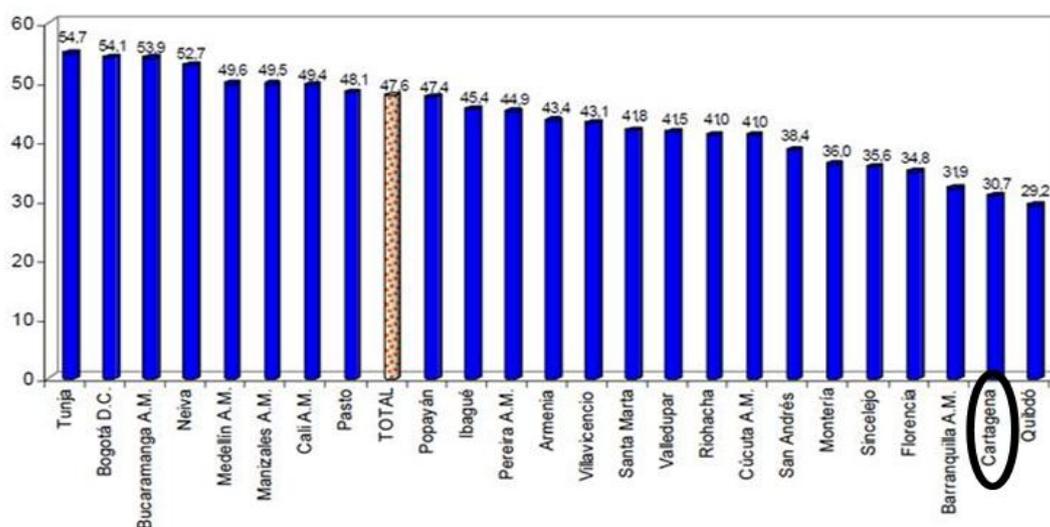
Cuadro 1. Datos sobre acceso y uso de TIC en Colombia

Tecnología	Total Nacional		Cabecera Municipal	
	(Poseen Tecnología)		(Poseen Tecnología)	
	SÍ	NO	SÍ	NO
Computador	22,60%	77,40%	28,30%	71,70%
Televisor a Color	87,40%	12,60%	93,60%	6,40%
Telefonía Fija	40,30%	59,70%	50,90%	49,10%
Celular	83,50%	16,50%	87,90%	12,10%
Conexión Internet	15,00%	85,00%	19,10%	80,90%

Fuente: Elaboración propia con base en: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

El DANE, también identifica el porcentaje de personas que hicieron uso de un computador en el último año, para las principales ciudades del país, encontrando que en promedio el 47% de los colombianos hicieron uso del computador en el 2010 y ubicando a Cartagena en la penúltima posición en relación a las demás ciudades estudiadas. Las cifras se señalan en la siguiente gráfica.

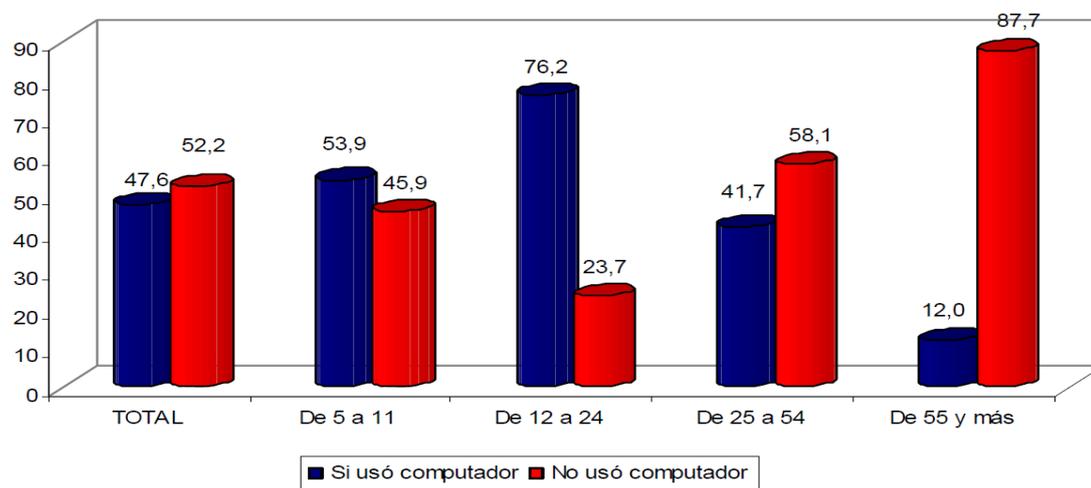
Figura 4. Porcentaje de personas de 5 años de edad y más que usaron computador



Fuente: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

En lo que respecta al perfil de usuario del computador, el DANE establece cinco rangos de edades y de acuerdo a éstos identifica el porcentaje de la población que hizo uso del computador, como se observa en la figura que se presenta a continuación.

Figura 5. Caracterización de las personas que usaron / no usaron computador por rangos de edad (Total 24 ciudades y áreas metropolitanas)



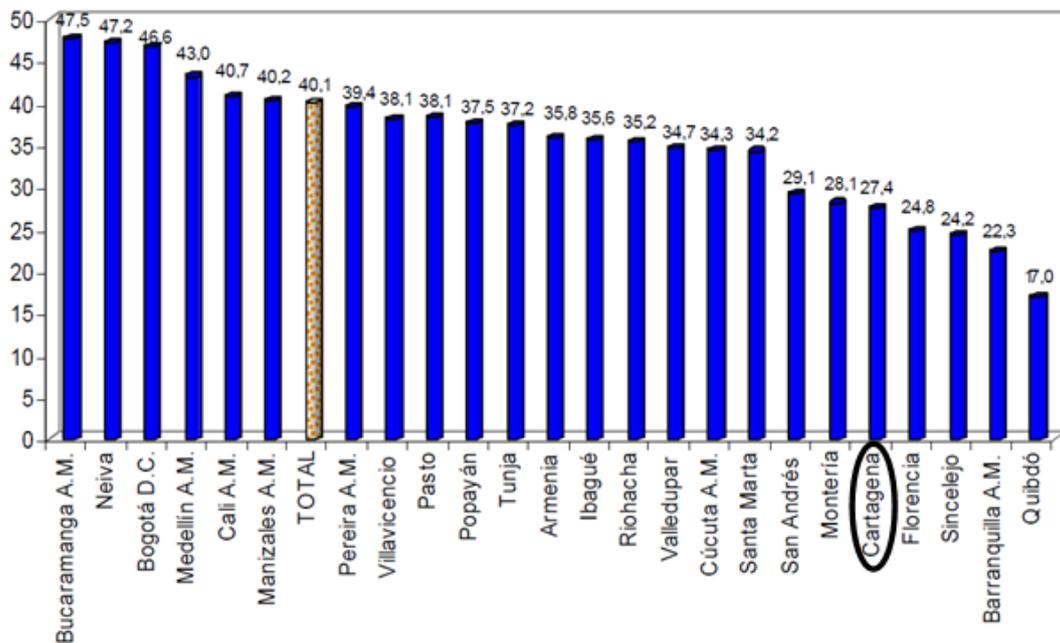
Fuente: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

Los datos permiten identificar que el rango de edad en el que se presenta mayor uso de computadores es entre los 12 y los 24 años, que tiene correspondencia con el período escolar durante la educación media y superior. Este comportamiento, seguramente se encuentra influido por los esfuerzos del Gobierno Nacional orientados a aumentar el acceso a computadores en las instituciones educativas.

El uso de Internet, por ciudades y por rangos de edades, también es estudiado por el DANE y se presenta en las siguientes figuras, en las que se logra

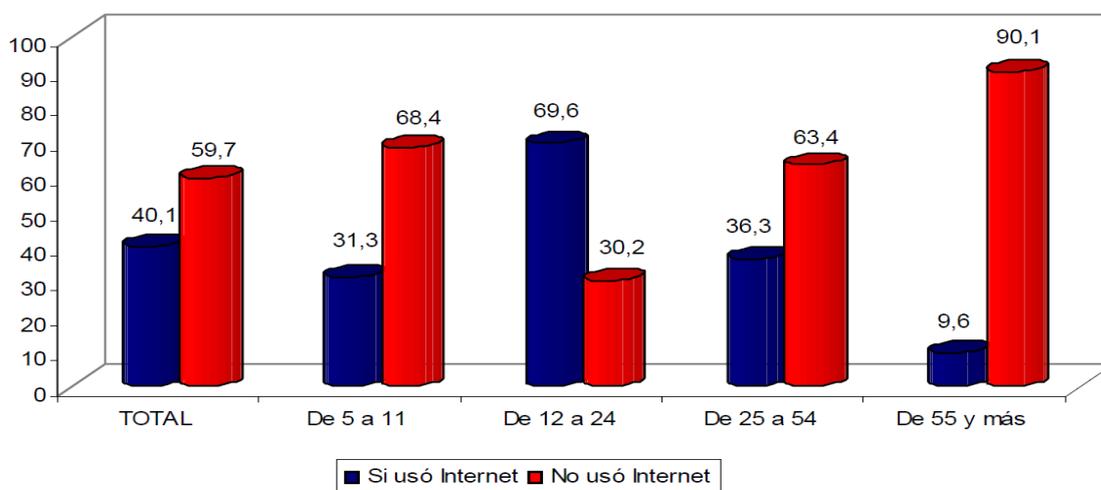
visualizar que en promedio el 40% de los colombianos tuvieron acceso a internet y se ubica a Cartagena entre las ciudades con menor tasa de consumo.

Figura 6. Porcentaje de personas de 5 años de edad y más que usaron Internet



Fuente: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

Figura 7. Caracterización de las personas que usaron / no usaron Internet por rangos de edad (Total 24 ciudades y áreas metropolitanas)



Fuente: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

El DANE contrasta, para el año 2010, los lugares más frecuentados para el uso de Internet. En el cuadro que se observa a continuación, se presenta un resumen de los resultados de esta estadística.

Cuadro 2. Porcentaje de lugares más frecuentados para el uso de Internet. Contraste entre principales ciudades (valores normalizados)

Lugar	Nacional	Bogotá	Medellín	Cali	Barranquilla	Cartagena
Hogar	28,32%	28,93%	30,84%	23,83%	34,70%	36,55%
Acceso Público con Costo	28,26%	28,27%	18,60%	32,21%	28,60%	31,80%
Trabajo	14,68%	16,31%	14,47%	13,92%	15,56%	15,23%
Institución Educativa	15,83%	14,35%	18,99%	13,69%	14,19%	8,77%
Casa Otra Persona	10,55%	9,64%	12,63%	14,28%	5,02%	6,39%
Acceso Público sin Costo	2,37%	2,50%	4,47%	2,06%	1,94%	1,26%

Fuente: Elaboración propia con base en: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

Es interesante contrastar, para el caso de Cartagena, que el acceso a Internet se concentra en el hogar y en los centros de acceso público con costo (denominados también café internet), mientras que tiene el acceso más bajo en instituciones educativas, no sólo en comparación a las 5 ciudades que se

presentan en el cuadro, sino en relación a las 24 ciudades y áreas metropolitanas que estudia el DANE.

Respecto a los usos de Internet, en el siguiente cuadro se puede apreciar el porcentaje de participación de diferentes tipos de uso para las principales ciudades del país.

Cuadro 3. Porcentaje de usos más frecuentes de Internet. Contraste entre principales ciudades (valores normalizados)

Tipo de Uso	Nacional	Bogotá	Medellín	Cali	Barranquilla	Cartagena
Comunicación (e-mail, redes)	25,94%	24,89%	24,50%	27,26%	29,52%	28,40%
Búsqueda de Información	25,21%	25,38%	23,20%	23,43%	26,03%	27,85%
Educación y Aprendizaje	19,90%	18,61%	20,86%	20,96%	23,20%	15,84%
Entretenimiento	19,48%	19,76%	19,66%	20,17%	14,54%	15,74%
Otro	2,37%	2,99%	2,98%	2,44%	1,09%	4,55%
Servicios Financieros	3,87%	4,32%	5,23%	3,49%	3,36%	3,80%
Compras por Internet	1,98%	2,33%	2,25%	1,50%	1,61%	3,21%
Transacciones con Gobierno	1,25%	1,72%	1,32%	0,75%	0,66%	0,62%

Fuente: Elaboración propia con base en: DANE, Indicadores Básicos de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC (2011)

De nuevo, respecto a las cifras nacionales, Cartagena se ubica en el lugar más bajo de uso en el ámbito de Educación y Aprendizaje.

En general, al revisar los estudios comparativos entre países y las cifras emitidas por organismos oficiales, se identifica que Colombia ha concentrado grandes recursos y esfuerzos para ampliar la penetración de las TIC, especialmente el uso de computadores y el acceso a Internet, lo que la ha posicionado como el país con más cobertura en Latinoamérica. Sin embargo, estos avances se contrastan con la falta de estrategias orientadas a un uso eficiente y productivo de las TIC, más allá del uso para entretenimiento y comunicaciones personales, lo que se hace evidente en las estadísticas de tipos de usos, en los que las actividades académicas y de aprendizaje ocupan los últimos lugares. Además, como señala el indicador de la Sociedad de la Información (ISI), los factores económicos y sociales deficientes que ha

presentado el país, conllevan a la dificultad de dar un aprovechamiento pleno a las TIC como instrumento fundamental para el desarrollo de Colombia.

Finalmente, para el caso específico del departamento de Bolívar y de la ciudad de Cartagena, se encuentra que el anterior escenario se repite en la región, pero magnificado, ya que no alcanza a tener tasas tan elevadas de penetración de las TIC, presenta un número inferior de computadores por usuario (en instituciones académicas y per cápita), uno de los más bajos niveles de acceso a internet, y además tiene el menor uso de las TIC orientado a actividades académicas y de aprendizaje, de servicios financieros y de interrelación con entidades del Gobierno.

Esta información sirve para analizar desde una perspectiva cuantitativa y con cifras oficiales el acceso y los tipos de usos de TIC por parte de jóvenes y otros usuarios en Colombia y específicamente en Cartagena. Como referencia, es pertinente mencionar los resultados de “Las Pruebas Pisa”, una evaluación internacional que se realiza cada tres años para medir las competencias en lectura, matemáticas, ciencia y desempeño al usar TICs en el aprendizaje. Mientras Corea se encuentra en el tope de la prueba, Colombia figura en el último lugar entre 19 países que participaron en la evaluación. Según los resultados, “el 70% de los estudiantes colombianos no cuenta con las habilidades básicas para sacar provecho de las nuevas tecnologías y apenas un mínimo porcentaje logra un lugar destacado. (...) Esto en opinión de los expertos de Pisa limita considerablemente las posibilidades que tendrán para insertarse en el mundo económico y social del siglo XXI”⁴⁹, sobre todo porque “las tecnologías digitales proveen una gran oportunidad para hacer a los estudiantes más activos y participativos en el salón de clases, para ajustar el aprendizaje a las necesidades de cada individuo y para dar acceso a la investigación y el conocimiento actual”⁵⁰.

⁴⁹ EL ESPECTADOR, Estudiantes Colombianos se rajan en lectura por Internet, [online], disponible el día 25 de junio de 2011 en: <http://www.elespectador.com/impreso/vivir/articulo-280546-estudiantes-colombianos-se-rajan-lectura-internet>

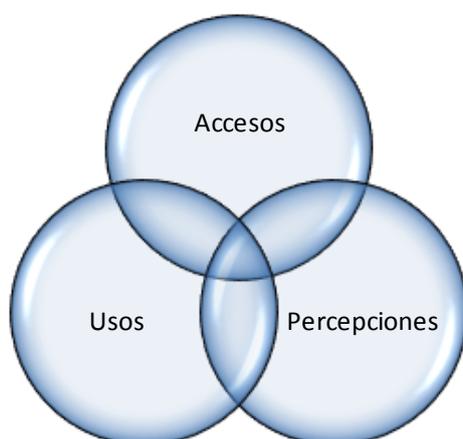
⁵⁰ *Ibíd.*

Estos datos, si bien revelan aspectos cuantitativos importantes que reflejan el estado actual del consumo de TICs por parte de los jóvenes, no son explicativos ni se remiten a la percepción que tienen estos usuarios. Por tal razón, en este estudio se busca, a partir de las sesiones de grupo focal, alcanzar algún grado de comprensión de las dinámicas de consumo, desde la voz misma de los jóvenes, siguiendo el rigor metodológico que se detalla en el siguiente capítulo.

4. DESARROLLO METODOLÓGICO

Para comprender las dinámicas de consumo cultural de TICs por parte de los jóvenes universitarios, fue necesario plantear una ruta conceptual, que permitiera indagar a los estudiantes sobre su relación con las tecnologías. Así, se plantearon tres ejes que constituyeron el soporte metodológico del desarrollo de la investigación, que se pueden apreciar en la siguiente figura:

Figura 8. Ejes conceptuales para el análisis de las relaciones entre los estudiantes y las TIC



Para cada uno de los ejes, se resaltaron los principales elementos a analizar, considerando los componentes que podrían integrarlos, obteniendo los siguientes por eje:

- **Accesos:** frecuencia, la forma y el lugar en el que se tuvo acceso a la tecnología, buscando identificar los lugares (casa, universidad, internet público), la forma en la que se accede (con ayuda, por cuenta propia), la hora de preferencia y la frecuencia de acceso a los aparatos, así como los costos asociados a este acceso.

- Usos: actividades a realizar, las motivaciones y el significado asociado a la utilización de la tecnología. Por ejemplo, la preferencia por el ocio, por sostener diálogos virtuales (narrativas) y socialización, como elemento de trabajo o académico (productividad), entre otros factores motivacionales.
- Percepciones: la visión que tienen los jóvenes de la percepción que tienen sus padres y docentes en relación al consumo de TICs por parte de los jóvenes; es decir, la manera como los jóvenes creen que son vistos.

A continuación se presenta una figura en la que se detallan y resumen algunos de los factores que son considerados en cada uno de los ejes.

Figura 9. Elementos constitutivos de ejes conceptuales para análisis de relación Estudiantes / TIC



La identificación de los elementos constitutivos de los ejes, dio lugar a la formulación de preguntas, que permitieran inquirir a los estudiantes sobre su relación con las TIC. Las preguntas se convirtieron en la base de un ejercicio de exploración que facilitó la comprensión de las dinámicas de consumo de los estudiantes. Las preguntas por eje se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro 4. Preguntas formuladas por eje de análisis

1. Accesos		
1.1 ¿Qué tipo de aparatos usas y cuál fue tu primera vez tecnológica?	1.2 ¿En dónde y con qué frecuencia haces uso de las tecnologías?	1.3 ¿Qué conocimientos tienes para el manejo de las TICs y cómo lo adquiriste?
2. Usos		
2.1 ¿Cuáles son los usos y actividades realizadas con TICs?	2.2 ¿Cuáles son las motivaciones para el uso de las TICs?	2.3 ¿Qué significa para nosotros usar las TICs?
3. Percepciones de Otros		
3.1 ¿Cómo ven en la casa y en la universidad el uso y el tiempo que dispones para las TICs?	3.2 ¿Habras con tu familia sobre las TICs. En términos de necesidades, de acceso, disponibilidad de soportes, utilidad para el desempeño educativo profesional?	

Las preguntas permitieron estructurar una dinámica de trabajo para la obtención de información. En primera instancia, desde una perspectiva estadística, no se consideró la realización de encuestas, pues la intención del estudio es analizar el consumo desde la mirada de jóvenes universitarios de carreras de humanidades en la ciudad, por lo que se decidió realizar una indagación a profundidad a través de la metodología de grupos focales.

Como tal, la alternativa metodológica seleccionada corresponde a un “Estudio de Caso”, alternativa que por regla general se concentra en indagar y analizar de forma intensiva un sujeto o una situación particular. Los rasgos más distintivos de este estudio son que “permite comprender a profundidad lo

estudiado [,] sirve para planear después investigaciones más extensas y rigurosas [y,] no sirve para hacer generalizaciones”⁵¹.

Bajo esta premisa, se realizó una convocatoria a estudiantes entre 17 y 28 años de edad, pertenecientes a las facultades de humanidades y artes de dos universidades de la región, una privada, la Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe⁵², universidad de Bogotá que desde 1976 decide ofrecer formación universitaria en la región y que, aunque nació con los programas de Arquitectura, Comercio Exterior y Administración de Empresas, con el paso de los años fortaleció los programas de Humanidades, artes y diseño, lo que le ha dado gran credibilidad en la región. La universidad pública con la que se trabajó fue la Universidad de Cartagena⁵³, una de las primeras universidades de Colombia (1861) que cuenta con más de nueve mil estudiantes y es la universidad con más reconocimiento a nivel investigativo en la región.

El proceso de convocatoria a los estudiantes de la universidad Jorge Tadeo Lozano se hizo gracias a que la investigadora de este estudio es docente de tiempo completo de esta institución lo que facilitó el contacto directo con los estudiantes.

También se solicitó apoyo a otros profesores para que colaboraran con la divulgación en diferentes espacios académicos de la investigación que se estaba realizando.

Desde el comienzo del proceso investigativo se estableció una alianza con el grupo de investigación Texcultura de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Cartagena para que apoyaran contactando a los estudiantes de esta institución.

Luego de este trabajo se construyó una base de datos inicial con los estudiantes que en las clases, al hablar de un aspecto relacionado con las

⁵¹ KLINGER, Rafael. Estadística : Conceptos y Aplicaciones de los Métodos de Muestreo. Cali : Programa Editorial de la Universidad del Valle, 2006. p. 13.

⁵² Para mayor información sobre Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe ver: <http://caribe.utadeo.edu.co/presentacion/> o <http://caribe.utadeo.edu.co/presentacion/mision.php>

⁵³ Para mayor información sobre Universidad de Cartagena ver: <http://www.unicartagena.edu.co/axiologicosudec.htm>

TICs, manifestaran un interés por el tema participando y opinando. A la mayoría de ellos se les hizo una invitación personal, se les envió por correo electrónico una carta oficial y finalmente se confirmó la asistencia a través de llamadas telefónicas.

En definitiva para seleccionar a los estudiantes que participaron en el estudio se tuvo en cuenta, la recomendación de otros profesores, el interés por parte del estudiante y su disponibilidad de tiempo. Según sus tiempos fueron agrupados por fechas y citados en lugar y hora de conveniencia para todos.

Al llamado respondieron cerca de 45 estudiantes de diversos programas académicos, con los que se conformaron 6 grupos focales, tal como se señala en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. Conformación de Grupos Focales para análisis de relación estudiantes – TIC

	Grupo Focal					
	1	2	3	4	5	6
Rango Edad	17-24	18-21	17-24	21-25	17-23	22-27
Cantidad Hombres	4	4	5	3	4	4
Cantidad Mujeres	5	4	3	2	4	3
Total	9	8	8	5	8	7
Institución	Universidad de Cartagena	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Universidad de Cartagena	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Universidad de Cartagena
Programas Académicos	Filosofía, Lingüística y Literatura	Diseño Gráfico, Comunicación, Radio y TV, Audiovisuales y Multimedia	Tec. Prod. Radio y TV, Audiovisuales y Multimedia, Diseño Gráfico	Lingüística y Literatura	Tec. Prod. Radio y TV, Audiovisuales y Multimedia y Publicidad	Lingüística y Literatura
Moderador	Gilberto Gómez (Tadeo)	Gilberto Gómez (Tadeo)	Johana Pimienta (Tadeo)	Aura Cabarcas (UDC)	Johana Pimienta (Tadeo)	Aura Cabarcas (UDC)

Fotografía 1. Registro de un grupo focal en dinámica de trabajo – Universidad de Cartagena



Fotografía 2. Registro de un grupo focal en dinámica de trabajo – Universidad Jorge Tadeo Lozano



Con el fin de afinar el diseño metodológico para la recolección de datos se hicieron dos grupos focales pilotos que permitieron evidenciar algunos aspectos logísticos y conceptuales. En cuanto a lo logístico, se reconoció la necesidad de, entrenar estudiantes para que fueran ellos mismos los moderadores; no tener a más de ocho estudiantes por grupo focal y equilibrar las variables de edad y género al constituir los grupos; igualmente, se decidió utilizar recursos audiovisuales para presentar el tema y registrar las intervenciones.

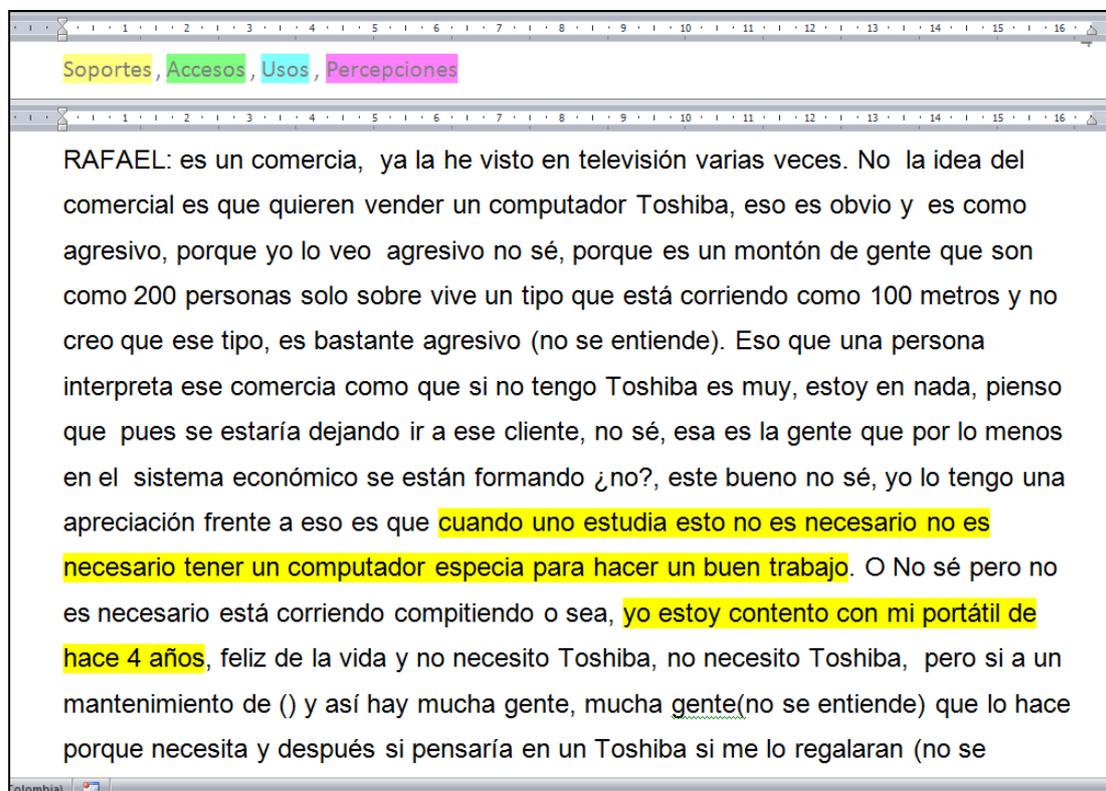
En cuanto a lo conceptual, se hizo evidente la necesidad de triangular las preguntas de investigación entre docentes pares, un asesor externo y los posibles monitores.

Finalmente, se hizo un taller de capacitación en investigación cualitativa y en metodología de grupos focales a los estudiantes del semillero SINCO (Tadeo) y y SENSORIUM, (UdeC) quienes fueron los moderadores de los grupos focales.

En la mayoría de los casos, los moderadores lograron establecer y mantener un ambiente de pares, de modo que algunas respuestas fueron completadas y comentadas entre los mismos asistentes. En general, se logró una dinámica horizontal entre los participantes y los moderadores; la presencia de los investigadores y el asesor externo, no representó un obstáculo para la expresión y comunicación de los jóvenes; como se puede verificar en las grabaciones de audio que se realizaron, en las que es evidente como los participantes se extienden en opiniones, señalamientos, críticas, comentarios y testimonios alrededor de las preguntas planteadas.

El desarrollo de cada grupo focal, en reuniones de máximo dos horas por cada grupo, permitió grabar las diferentes respuestas de los asistentes, relacionadas con los ejes y los elementos conceptuales mencionados. Las grabaciones fueron transcritas literalmente, teniendo como resultado 6 documentos (Ver Anexo 1) de cerca de 30 páginas con las opiniones y respuestas de los estudiantes participantes en los grupos focales. A continuación se aprecia una imagen de la transcripción de un grupo focal.

Figura 10. Imagen de transcripción literal de grabación de respuesta de estudiante en grupo focal



Posterior a la transcripción de los textos, se dio lectura a los mismos, buscando identificar para cada estudiante las respuestas que tuvieran relación con las preguntas formuladas para cada eje conceptual. Así, como se observa en la figura 11, se seleccionaron los fragmentos más significativos de los textos.

Estos fragmentos fueron dispuestos en una matriz de respuestas, (Ver anexo 2) para cada grupo focal (en total 6 matrices), en la que se transcribieron los textos seleccionados, asociados a la respuesta correspondiente y al estudiante que la expuso. Cada texto fue analizado e interpretado y en una nueva columna de síntesis ubicada exactamente al lado, se anotó el argumento principal de la opinión resumida y simplificada, para facilitar un análisis posterior (ver Cuadro 6).

Cuadro 6. Fragmento de matriz de respuestas y columna de síntesis.
Grupo focal número 1 (preguntas usos)

		Moises	
3. Usos	3.1 ¿Cuáles son los usos y actividades realizadas con las NTICS?	Acceso a internet en el computador. La idea era poder tener internet para una vez actualizar la investigación que estaba haciendo enviármela	Internet para uso de correo electrónico
	3.2 ¿Cuáles son las motivaciones de los usos y actividades que señala el estudiante?	La tesis, también la idea de encontrarse con amigos que solo hablan de Facebook. En política, existen posibilidades de participar activamente en la toma de decisiones y socialización de información	Trabajo académico (tesis), redes sociales, activismo político
	3.3 ¿Qué significa para nosotros usar las NTICS?	ese era el imaginario que nosotros teníamos, que el que tenía tecnología "tenía dinero". Entonces todo el mundo quiere tener acceso... Un primo le puso un clavo a un palo metido en el bolcillo con pantalón apretado para que la gente creyera que era un celular. Si se tiene más acceso a la tecnología se supone que hay más status	Tener tecnología es señal de alto poder adquisitivo. Más tecnologías equivale a mayor status social.

Finalmente, las columnas síntesis se agruparon en dos matrices generales; una que integró los grupos focales conformados por estudiantes de la Universidad de Cartagena (pública), y otra que integró los grupos de la Universidad Jorge Tadeo Lozano (privada). Un fragmento de la matriz general de la Jorge Tadeo Lozano se presenta en el siguiente cuadro.

Cuadro 7. Fragmentos matriz general para análisis – grupos focales
 Universidad Jorge Tadeo Lozano

		Stefany	Freddy	Diana
4. Percepciones de Otros	4.1 ¿Cómo ven en la casa y en la universidad el uso y el tiempo que dispones para las NTICs?	Los padres se molestan si a las TICs se les da un uso diferente al académico.	Se comparte el mismo gusto por el Internet desde que la madre aprendió a usarlo	La familia acepta el uso de las NTICs como herramienta académica y de trabajo. Se considera a sí misma y a la abuela como adictas a los juegos de computador.
	4.2 ¿Habras con tu familia sobre las NTICs. En términos de necesidades, de acceso, disponibilidad de soportes, utilidad para el desempeño educativo profesional?	La madre intenta controlar el tiempo de uso de las TICs porque cree que perjudican a la joven.	La madre manifiesta interés en el aprendizaje de las NTICs y apoya a los hijos en este aprendizaje	La madre controla el uso de las NTICs por parte de la hija y vigila que no esté jugando a través de Internet.

A la luz del marco teórico de referencia y bajo las premisas del estudio, se procedió a realizar el análisis a las matrices generales como insumo fundamental para el cumplimiento de los objetivos del estudio, análisis que se presenta en el siguiente capítulo.

5. DINÁMICAS DE CONSUMO CULTURAL DE TICs DE JÓVENES UNIVERSITARIOS DE CARTAGENA

Como se señala en el capítulo anterior (desarrollo metodológico) se contó con información suministrada por los jóvenes estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional Caribe, en la que se realizaron 3 grupos focales, conversando con 24 jóvenes, 13 hombres y 11 mujeres de un rango de edad entre 17 y 28 años pertenecientes a los programas académicos de Diseño Gráfico, Comunicación Social, Tecnología en Producción de Radio y Televisión, Publicidad y Tecnología en Realización de Audiovisuales y Multimedia; y de la Universidad de Cartagena, también con 3 grupos focales, en los que participaron 21 jóvenes, 11 hombres y 10 mujeres de un rango de edad entre 17 y 28 años pertenecientes a los programas académicos de Filosofía y Lingüística y Literatura.

A partir de esta información y siguiendo los lineamientos metodológicos, se realizó un análisis de los datos aportados por los estudiantes, con la intención de comprender sus dinámicas de consumo de TICs en relación a los cuatro ejes fundamentales de estudio que se abordan en esta investigación: i) Accesos, ii) Usos y, iii) Percepciones.

En el presente capítulo, se detalla el análisis de los datos para cada uno de estos ejes, considerando los referentes conceptuales y teóricos que sustentan este análisis.

Es importante anotar que los hallazgos que se presentan a continuación hacen referencia sólo a los participantes del estudio y no pueden asumirse como una generalización para todos los jóvenes universitarios de Cartagena; sin embargo, constituyen un aporte muy significativo para la ciudad por la representatividad social de los participantes.

5.1 ANÁLISIS DE ACCESOS

5.1.1 La Primera Vez Tecnológica

La pregunta sobre el primer acceso que se tuvo a una tecnología, permite identificar la forma de relación entre las TICs y el ámbito académico. Para el caso de los estudiantes de la Tadeo, sólo un estudiante afirma que conoció las TICs por exigencia del colegio, mientras que los demás recuerdan que su primera aproximación se dio en el hogar, en la interacción con un aparato como el computador, o con vídeo juegos (en compañía de amigos) o jugando en solitario, con aparatos como el Tamagotchi, que era un juguete que simulaba ser una mascota virtual que debía ser educada y alimentada.

Aunque estos estudiantes son hijos de la década del noventa y se pudiera pensar por ello que han estado en contacto con tecnologías de punta, en general manifiestan que la televisión es uno de los primeros artefactos que conocieron, señalando especialmente el aprendizaje para usar el control del televisor como una primera experiencia tecnológica.

En contraste con los estudiantes de la Tadeo, los estudiantes de la UdeC recuerdan la clase de informática en el colegio como el lugar donde tuvieron la oportunidad de acceder por primera vez a una tecnología de última generación. Así, afirma Darinel (22 años): *“Fue en quinto de primaria cuando nos sentaron frente ese aparato todo extraño que por primera vez veía y recuerdo que nos tocaba poner plata para comprar los disquetes.”* Este acceso resultaba muy limitado, pues había pocos computadores para una gran cantidad de estudiantes y las clases en el salón de informática sólo se hacían de vez en cuando. Entonces, más que un proceso de alfabetización tecnológica, esta primera experiencia se convertía en un espacio para el descubrimiento de los aparatos: *“Era un mundo que uno no conocía y en el colegio obviamente uno no tocaba el computador, había 3 meses de clases teóricas y un día de clase práctica y el día que tocaba la clase práctica, los computadores no servían. Yo que recuerde unas 2 veces en el colegio pude tocar un computador o prenderlo solamente”* (Alex, 21 años). En estas condiciones es evidente que resulta

compleja la apropiación con las tecnologías, aun cuando se haya logrado el descubrimiento de las mismas.

Los dos grupos de estudiantes mencionaron su primera vez con la tecnología, recordando de forma especial el encuentro con el teléfono móvil (celular): *“Me impactó mucho el celular y tuve un afán de poder conseguirlo”* (Jennifer, 22 años). También, algunos evocan con nostalgia el momento en que pudieron tener acceso a Internet: *“Recuerdo con mucha curiosidad la primer vez que tuve un correo electrónico, es el que tengo actualmente, recuerdo que era el internet 56k telefónico que ocupaba el teléfono y no recibía llamadas”* (Edgar, 20 años).

Estos recuerdos, además de remitirse a la información sobre la tecnología, ofrecen datos preliminares sobre el significado de la tecnología en la vida de los estudiantes. Por ejemplo, la respuesta que da Leslie (19 años), muestra como su primera vez tecnológica estuvo mediada por factores como la condición socioeconómica y la relación con su padre: *“Yo tenía como 5 o 6 años, el televisor se lo robaron, la situación estaba un poco difícil y no hubo para reponer enseguida el aparato. Duramos mucho tiempo sin televisor, entonces lo que funcionaba en mi casa era el equipo de sonido, era música casi todo el día, me acuerdo todas las tardes mi papá con la música los fines de semana”*. La relación que ella construyó con el equipo de sonido, evoca directamente su relación con la música y con su padre. Por eso Leslie al recordar el equipo de sonido recuerda necesariamente a su padre, a la sensación de robo y a épocas difíciles que de alguna forma fueron superadas.

Así, la primera vez tecnológica está cargada de factores emocionales que llenan de sentido el uso de las tecnologías y pueden incidir en la frecuencia de uso de las mismas, porque no sólo se accede a la tecnología, sino que además se accede a los recuerdos y significados que pueden asociarse a este “primer uso”.

5.1.2 La Fuente del Conocimiento de las TICs

Luego de este primer descubrimiento y en el transcurso de los años posteriores, los estudiantes manifiestan tener un uso constante de las tecnologías. Se encuentra, para ambos grupos de estudiantes (Tadeo y UdeC), la tendencia por mantener un contacto permanente con las diferentes TICs a las que tienen acceso. La variación, entre un grupo y el otro, consiste en el tipo de aparato o artefacto de uso frecuente. Los jóvenes de la Tadeo, suelen usar reproductores de música, que les permiten aislarse y no escuchar lo que ocurre en su entorno: *“yo no salgo a ninguna parte sin mi celular, porque tiene música, o sea yo ni siquiera los audífonos me los quito para dormir ni para bañarme”* (Laura, 17 años). Otros permanecen todo el día conectados por el chat del Smartphone, o conversando todo el tiempo con sus amigos por el celular. En la casa, en la universidad o donde se encuentren, buscan actualizar su “Estado” en la red social (Facebook, Messenger, Buzz, Twitter), agregando nuevos amigos, aceptando invitaciones a eventos, compartiendo información. Cuando no están en su casa, los estudiantes de la Tadeo que tienen computador portátil (Laptop) buscan lugares con acceso libre a Internet inalámbrico para poder estar “conectados” todo el tiempo, como lo hace Siana (25 años) *“Siempre ando con mi portátil para la universidad y menos mal que hay Wi Fi siempre, y en mi casa estoy conectada, o sea si estoy en mi casa al día dieciséis horas, dieciséis horas estoy conectada”*.

Los jóvenes de la UdeC, en cambio, acceden a tecnologías menos sofisticadas aunque con una frecuencia de uso permanente. Para estos jóvenes, la necesidad se presenta como el factor predominante que los lleva a preferir el uso de una tecnología respecto a otra, tal como afirma Daysy: *“desde que todos tenemos celulares se nos ha vuelto un artefacto indispensable, nos comunicamos siempre, nos contactan donde quiera que estemos, nos tienen cerca por medio del celular”* (Daysy, 24 años); o como afirma Moisés (24 años): *“Tengo internet, bueno ahorita no, porque lo tengo cortado en mi casa”*.

Así, por ejemplo, los jóvenes de la UdeC manifiestan usar el celular, mientras que los de la Tadeo usan smartphones; los de la UdeC acceden por necesidad,

mientras que los de la Tadeo acceden por gusto. La diferencia, aunque sutil, puede ser la consecuencia de las barreras de acceso por motivos económicos, que aunque no inciden en la frecuencia de uso, sí son limitantes en relación al tipo de tecnología que se usa o en los servicios tecnológicos a los que se accede.

5.1.3 El Nivel de Conocimiento de las TICs

Ahora, aunque no se acceda a los mismos equipos y servicios, los jóvenes han logrado un conocimiento general de las tecnologías, que parece haber sido el resultado de una exploración individual e intuitiva, no mediada necesariamente por los miembros del hogar o por los docentes en el espacio académico; es decir, el aprendizaje se desarrolló de forma autodidacta, incluso cuando se desarrolló en las aulas de clase, tal como afirma Ray (23 años) : *“La primera clase de informática que tuve fue con el programa de Paint y teníamos que dibujar y me preguntaba, ¿cómo hace uno para dibujar en esa cosa?”, porque el profesor nos dijo, “busquen la manera” no nos enseñó primero. Dijo: “inténtenlo, frieguen ahí a ver que hacen y luego nos dio las explicaciones.”*

El rol del docente, en este caso, es el de un guía que simplemente resalta que se comprende la tecnología únicamente a través de la práctica. Edgar (20 años) cuenta que *“mientras se descuidaba el profesor nos poníamos a jugar en Paint o Buscaminas; yo creo que por eso fue que me quedó gustando el diseño gráfico porque me ponía a hacer vainas en Paint que hasta yo mismo me asombro de haber hecho cosas así”*. De nuevo, aunque la invitación a usar la tecnología surge por parte del profesor, es el estudiante el que encuentra y comprende el uso que quiere darle al equipo: *“En el colegio lo único que aprendí fue a jugar solitario porque el profesor nos ponía eso, se iba y nos dejaba ahí jugando solitario. El resto de los conocimientos de computación los adquirí fue cuando (...) compraron el computador en la casa que me puse a necearlo y supe cómo activarlo, cómo se instala un programa”* Darinel (24 años).

El conocimiento, que se ha generado de forma autodidacta para ambos grupos de estudiantes, puede definirse como el necesario para realizar actividades académicas y de comunicación básicas. Afirma Carlos (19 años): *“Sé abrir el correo (risas), mandar un mensaje, adjuntar, esas cosas básicas las sé porque uno las necesita y uno las adquiere por necesidad, del resto, no sé casi el 90%, tampoco es que me interese mucho saberlo porque no me llama la atención”*.

Este conocimiento “básico” o superficial, se limita a actividades puntuales de usuario y en ocasiones, puede implicar la dependencia a un operador con habilidades técnicas para aspectos mínimos de mantenimiento de la tecnología, como el caso de Alex (22 años) cuando comenta: *“No sé cómo instalar un programa o un videojuego, no sé hacer eso, me toca llamar a alguien para que haga esas vainas (...), no sé escanear una memoria para ver si tiene virus, no sé hacer ese tipo de cosas”*.

Ambos grupos de estudiantes parecen ser conscientes acerca de las limitaciones de su conocimiento y de la dependencia tecnológica con otros usuarios más experimentados. Comenta Leslie (19 años): *“Ellas (familiares) curiosamente son las que me ayudan con el Facebook. Yo quería agregar el segundo apellido a mi perfil y no tenía ni idea dónde es y ellas fueron las que me explicaron porque en eso sí son expertas”*.

Así, aunque se haya logrado un conocimiento adquirido por intuición y experimentación personal, la necesidad de un tercero que explique y enseñe, aparece en el momento en que se requieren realizar actividades que no son básicas. Sin embargo, los jóvenes no manifiestan que este tercero sea un docente, sino un usuario avanzado (amigo, familiar, conocido) quien les brinda el apoyo y la información requerida. De nuevo, desde esta mirada, el rol de la academia presenta poca influencia en el aprendizaje y comprensión de las TICs por parte de los jóvenes.

5.2 ANÁLISIS DE USOS

5.2.1 Tipos de Usos de las TICs

En el uso, como categoría, se intentan explorar los tipos de usos que los jóvenes estudiantes dan a las tecnologías de información y comunicación, así como los factores que los motivan a usarlas y el significado que implica este uso para ellos.

Los usos y actividades que la mayoría de los jóvenes hacen de las tecnologías de información y comunicación se pueden sintetizar en dos: i) Actividades académicas, que se refieren a todas las relacionadas con las labores propias de su proceso formativo, que son búsqueda en Internet de todo tipo de información, descarga de artículos relacionados con los temas de las asignaturas, bajar tutoriales de programas referentes a su profesión, y búsqueda de los sucesos más importantes y noticias en general; y ii) actividades de ocio y entretenimiento, que por lo general son a las que les dedican más tiempo y las que más disfrutan, conversaciones virtuales con su pareja, sus amigos, familiares, compañeros de universidad o con personas desconocidas, uso de las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter.

5.2.1.1 El Uso Académico

En lo académico, que es el uso menos frecuente según manifiestan los jóvenes (especialmente los de la Tadeo), Internet es concebido como una herramienta para la búsqueda de información, el desarrollo de tareas y la investigación. Para trabajos en equipo, el sentido de la herramienta parece potenciarse al optimizar las actividades académicas, como resalta el ejemplo señalado por Siana (25 años): *“Ahora usamos Google Docs, entonces cinco personas editamos el mismo documento, terminamos, no gastamos dinero en transporte, no tenemos por qué estar en la casa de otro, invertimos tres horas y terminamos un trabajo”*.

Además, los jóvenes manifiestan que Internet es la primera fuente de consulta, incluso antes que la biblioteca, porque *“vas a internet, si no lo encuentras allí, entonces vas a la biblioteca”* (Daysy, 24 años), dimensionando la utilidad de bibliotecas virtuales sin salir de casa. Así, se identifican posturas complementarias como la de Orfarit (22 años): *“dejo de consultar un libro en físico y prefiero bajarlo en internet, me quedo en mi casa revisando el libro completamente, hasta cito el libro”*.

No obstante, también puede llegar a subestimarse el potencial para el uso académico que tiene la red, en casos como el planteado por Moises (24 años), quien afirma: *“La idea era poder tener internet para una vez actualizada la investigación que estaba haciendo enviármela”*; siendo esta una señal clara de un uso básico, ya que sólo manifiesta interés en usar Internet para almacenar información en “la nube” y no para acceder a información disponible que puede nutrir su investigación.

Las experiencias con las TICs para estos estudiantes van más allá de la posibilidad de contar con recursos que faciliten el desarrollo de tareas y actividades académicas, pues conciben las tecnologías como medios de aprendizaje que enriquecen su proceso formativo y de conocimiento: *“Me permite entrar a internet, investigar cosas, conocer otros lugares con plataformas como google earth”* (Aura, 20 años). Y este aprendizaje, como evidencia el testimonio, no necesariamente corresponde al resultado de tareas provenientes de una asignatura en la Universidad, sino que puede ser motivado por intereses personales de conocimiento.

5.2.1.2 El Uso por Entretenimiento

Las TICs son empleadas regularmente como instrumento de ocio por parte de estos jóvenes. La posibilidad de interactuar en las redes sociales, de dispersarse, escuchar música, ver videos y en definitiva, entretenerse; son factores que conducen a que este tipo de uso sea el más común. El tiempo dedicado a estas actividades suele ser elevado en relación a otras, como lo

corroborar Jennifer (22 años) al comentar: *“Empleamos mucho tiempo, demasiado tiempo, a chatear, a mirar las fotos de Facebook, a mirar que el otro subió las fotos, a estar pendientes para comentar”*. Se desplazan entonces algunas responsabilidades de la cotidianidad mientras se hace uso de las tecnologías: *“siempre que prendo un computador pongo el reproductor y me pongo a escuchar música, a jugar, a pesar de que debo trabajar”* (Alexander, 21 años). La música, se presenta como un elemento muy importante en la vida de los estudiantes; es la que los acompaña todo el tiempo, en las noches cuando están estudiando o mientras van viajando en el bus, incluso durante las clases, prefieren estar conectados a su Ipod que prestarle atención al docente. Por esta causa, una de las actividades que más realizan es descargar música,

Las redes sociales (Facebook, Twitter, Buzz) estimulan la interacción virtual y permiten indagar en la vida de las demás personas, según señala Aura (20 años) cuando menciona: *“Entro a Facebook a averiguarle la vida a los demás”*. La Red Social mantiene a los usuarios informados sobre las actividades y estados de ánimo de sus amistades, al punto que *“al entrar todos los días encuentras siempre algo nuevo y esto aumenta la curiosidad”* (Ray, 23 años).

Sin embargo, el escenario en el que las personas se convierten en un “libro virtual abierto”, suele traer consecuencias negativas que se manifiestan en conflictos con amigos, familiares o con parejas sentimentales. Al respecto, anota Ricardo (21 años): *“Facebook me ha traído algunos problemas con ciertas personas por una foto que puse o por un comentario; entonces yo digo: hay problemas acá, en el mundo real, no voy a complicarme la vida por una página de internet”*.

Pero la frontera entre lo real y lo virtual es difusa, porque es el tiempo de ocio el que se destina a estas actividades que traen resultados aparentemente no deseados. Tal vez, el objetivo sea aprovechar el tiempo libre de cualquier manera, dejar que pasen las horas hasta que lleguen nuevas responsabilidades; en esencia, abstraerse del entorno sin ningún fin específico: *“Veo videos, descargo música y hablo por Messenger con algunas cuantas personas; y lo hago porque tengo tiempo libre y es como una manera de*

matarlo” (Carlos, 24 años). Para estos jóvenes, la “realidad” parece ser entendida como el espacio de las responsabilidades y los compromisos, mientras que la “virtualidad” que ofrecen las TICs permite asumir posturas sin comprometerse, entablar relaciones y esquivarlas con sólo hundir un botón (el usuario aparece desconectado). La “realidad”, en su dimensión compleja, se ofrece como un espacio poco atractivo, según afirma José María (23 años): *“La realidad es muy aburrida”*.

La interacción que los jóvenes mantienen con las TICs, se convierte en la opción para obtener afecto, atención y diversión. El teléfono móvil, la Televisión, el reproductor de música (MP3, MP4, Ipod) y el computador portátil (Laptop) se vuelven la mejor compañía del estudiante que duerme con el celular y que la primera actividad del día, antes de cualquier cosa, es prender el computador. Uno de ellos cuenta que enciende el computador solo para sentir que está con alguien pero no para utilizarlo en una actividad concreta.

Además, la posibilidad de descubrir a familiares que no se conocían o encontrar a familiares desaparecidos fueron algunas de los usos que mencionaron los participantes. Por ejemplo, Cristian (20 años) dice: *“Mi mamá biológica me encontró por Facebook”*. O la experiencia de Yennis (19 años): *“Yo me sabía el nombre, lo conseguí de una amiga y un día le comenté: mira no te pongas mal pero tú y yo somos hermanas y tu papá no es lo que tu pensabas”*. Estos usos confirman como las redes sociales y principalmente el Facebook ha permitido que muchas personas en el mundo se reencuentren.

En todo caso, de acuerdo a las preferencias de los jóvenes, no es posible afirmar que las TICs se usen exclusivamente para desarrollar una sola actividad de ocio en un mismo momento, *“puedes estar conversando en el Messenger, investigando, comentando una foto en Facebook, hablando por celular y viendo televisión. Y no se excluyen, porque estás aprendiendo, conversando, socializando, y todo se da al mismo tiempo”* (Leonel, 18 años). De forma homologa a las computadoras, que tienen capacidad de ser multi-tarea, los estudiantes comentan que pueden usar Internet para diversos fines y propósitos, lo que implica la división de la concentración y la atención en

múltiples actividades, de tal forma que no debe sorprender cuando un estudiante en clase atiende al profesor, mientras escucha música, conversa con un compañero y envía un mensaje de texto por celular.

5.2.2 Motivaciones de los Usos

Es importante recalcar que por un lado se reconocen los usos de las TICs por parte de los estudiantes y por otro lado es posible dimensionar los factores que motivan estos usos. Para los jóvenes de la Universidad de Cartagena y de la Tadeo, las motivaciones principales que se identifican son la oportunidad de mejorar sus competencias profesionales, la posibilidad de dispersarse, la capacidad para acortar distancias y el activismo social y político.

5.2.2.1 Motivación por el Desarrollo Profesional

A pesar del uso no excesivo de las TICs para lo académico, una de las principales razones por las que los universitarios usan estas tecnologías es por la idea generalizada de que al tenerlas podrán desempeñar correctamente sus labores académicas y posteriormente las labores propias del ejercicio profesional. La mayoría cree que no tener acceso a estas significa quedarse atrasados y excluidos. Por eso suelen utilizar frases como “Sin computador no me voy graduar”, o “tengo la letra muy fea y me exigen los trabajos a computador”, para persuadir a los padres a que les compren los equipos electrónicos.

También consideran que es la mejor herramienta de trabajo y prácticamente todas las tareas y ejercicios de la universidad las hacen en un computador y con Internet. Quieren estar actualizados, mantenerse informados, les interesa conocer lo último en moda, tecnología, etc. Necesitan estar conectados para tener comunicación inmediata con el mundo. Además piensan que conocer gente de otros países e interactuar en las redes sociales les permitirá

insertarse en el mundo laboral más fácilmente y podrán acceder a más oportunidades de trabajo.

La motivación de la ampliación de conocimiento como refuerzo académico y mejoramiento de las competencias profesionales, se evidencia en la necesidad que manifiestan los estudiantes por encontrar espacios (generalmente virtuales) de aprendizaje. La oportunidad de acceder a nuevas herramientas tecnológicas, así como de adquirir nuevo conocimiento a través de cursos, parece ser aprovechada por estos jóvenes, aspectos que se aprecian cuando comentan: *“Estoy haciendo unos cursos de inglés y he contactado varias personas que dominan el idioma”* comenta Ricardo (21 años); *“Con la experiencia del internet y los tutoriales, existe la posibilidad de aprender más”* (Daysy); *“Encuentro artículos en bases de datos especializadas que son útiles para mi trabajo de grado”* (Aura).

Se observa que la motivación académica presenta una tendencia por parte de los estudiantes, a ser usuarios pasivos que acceden a la información publicada en la red virtual, y no tienen interés en ser usuarios activos que realicen aportes y amplifiquen el universo de conocimiento; por lo que puede asumirse que no dimensionan esta tecnología en doble vía (usuario-aportante) o que no reconocen que son otros usuarios, tal vez en condiciones similares a ellos, los que crean, editan o publican la información.

5.2.2.2 Motivación por el Entretenimiento

Desde la perspectiva del ocio, la principal motivación expresada por los jóvenes es la oportunidad de “desconectarse” del entorno inmediato, esto es, el deseo de dispersarse, relajarse y en definitiva, entretenerse: *“Para mí es indispensable por lo menos montarme en la buseta y desconectarme”* (Daysy). Esta desconexión implica necesariamente una conexión con una tecnología, lo que lleva a una paradoja en la que el joven se “conecta para desconectarse”; esto es, se “aisla” del mundo circundante mediante el acceso a una tecnología.

Esta paradoja, se presenta por el interés manifiesto por los jóvenes de usar las TICs como medio para evadir u olvidar sus responsabilidades, tal como comenta Aura: *“cuando estoy cansada, me pongo a hacer algo ocioso para sacarme un poquito el cansancio”*. Y este ocio, a través de las TICs, implica un espacio en el que se logra un estado de relajación, pues al “conectarse” los jóvenes consideran que se alejan de esta “realidad” comprometida y responsable que puede llegar a ser agobiante.

Este servicio de dispersión que prestan las tecnologías, llega a generar afectos y de alguna forma dependencias hacia éstas, como en el caso de Gina (19 años) quien comenta: *“si pudiera le daría un beso a mi computador”*; o de Diana (24 años), cuando dice: *“lo primero que hago al despertarme es encender el computador”*. Estos testimonios dan cuenta de esa necesidad de estar conectados permanente, que en algunos momentos puede conducir a la posibilidad de adicción, especialmente si se considera que las relaciones familiares o personales se pueden ver afectadas por este uso indiscriminado. Al respecto, Diana comenta: *“Mi mamá llegó a esconderme el módem, me escondió una vez mi portátil, yo me iba asustada de la casa porque decía: voy a regresar y no voy a encontrar mi portátil. Lo escondí debajo de la cama y mi mamá lo encontró, fue horrible, fue una pesadilla; eso fue hace un año, pero ya lo superó porque le hago saber todo lo que estoy haciendo en internet. Dejé de jugar el año pasado entonces mi mamá se calmó, ahora que regresé al juego seguramente se va a poner histérica. Cuando llega mi mamá a la casa, cierro los juegos y me pongo nerviosa de que mi mamá me vaya a ver jugando”*.

5.2.2.3 Motivación por Comunicaciones (Acortar Distancias)

En las charlas con los estudiantes sale a la luz su deseo de compartir con otras personas, lo que se convierte en una de las razones más importantes para utilizar las TICs. La inseguridad personal que se da en los encuentros reales se disminuye gracias a la virtualidad que ofrecen estos dispositivos, lo que ayuda en gran medida a que ellos logren conseguir amigos, pareja o

puedan conocer nuevas personas de forma ágil y sin comprometerse, hablar con gente que vive en otros países sólo para divertirse y pasar el tiempo.

La posibilidad de acortar distancias y mantenerse en contacto con personas que hacen parte de redes sociales virtuales o que usan los canales de comunicación como chats, es vista como una motivación fuerte: *“Me gusta usarlas porque me permiten acortar distancias aquí, y con mi prima que vive en Grecia”*, afirma Jennifer (22 años); *“Siempre me encuentro con amigos que inclusive viven al lado de mi casa”* (Alex); o *“Puedo estar dentro de casa y estar en Indonesia al mismo tiempo”* Ray (23 años). Este “acortar distancias” no se comprende en un sentido estrictamente físico, sino que se le da una connotación virtual en el que el contacto con las personas se establece a partir de conversaciones (orales o escritas) que pueden estar transformando los modos tradicionales de relacionarse, pero que son naturales para estos jóvenes que viven y usan las tecnologías en su cotidianidad.

5.2.2.4 Motivación por Activismo Político

La última motivación manifestada, corresponde al activismo social y político, en el que las tecnologías son un instrumento eficaz para planear y divulgar actividades con fines políticos, aunque también facilitan la expresión de posturas críticas sobre temas de interés nacional e internacional, como argumenta Moisés cuando señala que *“Existen posibilidades de participar activamente en la toma de decisiones y socialización de información”*. Esta participación puede ir desde la coordinación y convocatoria de un acto con carácter político; hasta la presentación de comentarios en espacios de opinión, que no tienen incidencia directa en la toma de decisiones, pero pueden influir o ejercer presión social sobre un determinado tema: *“En política, con dos clics tu puedes leer la propuesta (de un candidato), o simplemente comentar, lo apoyo porque me cae bien”* Leonel (18 años).

En contraste con la motivación académica y profesional, en la motivación política sí es posible identificar a usuarios activos que generan y aportan ideas

y las materializan a través de actividades desarrolladas en entornos virtuales o en espacios físicos, usando las TICs como plataforma de comunicación para difundir las actividades y convocar personas.

5.2.3 Significado del Uso de las TICs

Las respuestas de los jóvenes universitarios reflejan algunos de los significados de las TICs, entendiendo significado como la comprensión y las implicaciones que los jóvenes asocian al uso de estas tecnologías. Así, se encuentra que las TICs son vistas como un elemento de diferenciación social, de interacción social y de independencia.

5.2.3.1 Las TICs como Elemento de Distinción Social

Tener tecnología es señal de alto poder adquisitivo. Más tecnologías equivalen a mayor status social. Moisés (24 años) recuerda que *“Ese era el imaginario que nosotros teníamos, que el que tenía tecnología “tenía dinero”. Entonces todo el mundo quiere tener acceso... Un primo le puso un clavo a un palo metido en el bolsillo con pantalón apretado para que la gente creyera que era un celular. Si se tiene más acceso a la tecnología se supone que hay más status”*.

La fuente de adquisición de las tecnologías corresponde de forma generalizada a un regalo familiar o a recursos propios. Para el caso de los estudiantes de la UdeC, se hace evidente que los jóvenes deben decidir entre la compra del equipo o una segunda opción, siendo mutuamente excluyentes entre sí por aspectos principalmente económicos. *“El computador lo conseguí porque hace dos años había un congreso de Lingüística en Medellín y me dijeron que no, o el congreso o compraba el computador, entonces la parte del dinero que estaba destinado para el viaje lo invertimos en el computador”* (Leslie, 19 años).

De igual manera, cuando la fuente corresponde a recursos propios, la compra del equipo es optativa y representa la renuncia a otro tipo de bienes: *“El celular lo compré yo con mi trabajo. He tenido plata para comprarme otro mejor, pero he preferido comprarme otras cosas que he necesitado más. Algunas veces hacemos muchísimo esfuerzo para acceder a la tecnología”* (Aura, 22 años). Y este esfuerzo, además se constituye en un factor de reconocimiento en el entorno familiar, cuando el joven tiene la posibilidad de demostrar su capacidad para adquirir sus propios equipos: *“El televisor lo compré yo, para que no digan que yo no doy nada, que yo no trabajo”* (Lineth, 23 años).

Entonces los jóvenes despiertan la necesidad de tener acceso a lo último en tecnología. Jennifer (22 años) lo confirma cuando dice, *“uno se pone a ahorrar, dejas de comer, robas si tienes que robar por un teléfono y siempre como que quieres el teléfono más adelantado... BlackBerry, yo creo que no es un celular que un estudiante necesite”*. Sin embargo, esta necesidad no refleja un interés por mejorar su nivel productivo o intelectual sino que es la necesidad de mostrarle a los otros que se tiene el aparato más sofisticado porque a mayor sofisticación, mayor distinción social.

5.2.3.2 Las TICs como Elemento de Interacción Social

Aunque José María, estudiante de Diseño Gráfico de 23 años, prefiera hablar frente a frente que de manera virtual, como señala al afirmar: *“creo que no sirvo para hablar por internet, si lo hago, no me gusta, me gustan más las relaciones”*; para la mayoría de los jóvenes usar internet significa establecer relaciones con personas lejanas y socializar con diferentes amigos. Sin embargo, otros jóvenes son conscientes del riesgo que implica publicar apartes de sus vidas en las redes sociales porque conducen a la pérdida de intimidad *“el Facebook se presta para dañar relaciones y para que todo el mundo se meta en tu vida privada”* (Stefany, 19 años).

De igual manera, relacionarse a través de medios electrónicos, representa la oportunidad de convertirse en otro ser, uno virtual, anónimo y desinhibido (un

avatar de sí mismo). La conversación a través del chat es la mejor opción para que los jóvenes introvertidos puedan comunicarse más libre y tranquilamente. *“Soy malísima para hablar en frente, pero cuando estoy chateando con alguien me expreso mucho mejor y se vuelve larga la conversación”*, Wendy (19 años).

Además de poder socializar, conseguir pareja o terminar con ella, conocer amantes furtivos, amigos, etc., estar en las redes sociales significa también insertarse más fácilmente en el campo laboral. Algunos creen que las empresas antes de ver la hoja de vida del aspirante buscan información de la persona en internet o como ellos mismos dicen lo buscan en Facebook o lo “googlean”.

Los jóvenes proyectan una visión de la tecnología como el centro de su vida, en la que se logran espacios de interacción social, aunque se pierden otros espacios propios de dinámicas familiares: *“En mi casa en cada cuarto hay un televisor, entonces después de 6 de la tarde nadie se ve con más nadie sino que todo el mundo está en su televisor”* (Patricia, 20 años).

También, la oportunidad de interactuar con un gran número de personas en un mismo momento o de abstraerse de las responsabilidades del entorno, conlleva a la creación de hábitos de dependencia, no tanto a las personas como a las tecnologías, aspecto que ya se había mencionado y se quiere resaltar con testimonios como el de Juan (20 años): *“Es full decisivo con qué frecuencia prefiero ver la luz del televisor que la del sol”*. También, menciona Yolanda (19 años): *“Amo mi Blackberry, soy una adicta más”*. La adicción o la posibilidad de ella no es una idea única de la familia, sino que es aceptada sin remordimiento por parte de los jóvenes. La afectación de las relaciones se presenta además por el uso exagerado que hacen, no sólo los jóvenes, sino los demás miembros de la familia. *“Mi abuela es adicta a los juegos de computador, nosotros le dimos un computador y le dijimos: mire abuelita esto es Google; y allí ha puesto juegos gratis y mi abuelito la regaña y pelea con ella porque no se quiere ir a dormir por estar jugando”*. (Diana, 24 años).

La socialización excesiva a través de las TICs, también es comprendida por los jóvenes como un escenario en el que se genera confusión y malentendidos en

las comunicaciones. *“No uso mucho Messenger porque no me gusta hablar mucho con las personas por Messenger, se mal interpretan mucho las palabras se les da una entonación diferente a la que te puede estar expresando la otra persona”* (Cristian, 20 años). También sugieren que es una forma de control del pensamiento y mecanismos de manipulación. *“Creo que así como las nuevas tecnologías y las formas que interactuamos nos absorben y nos hacen creer cosas, estaría bien que hubiera como un estudio, porque quién programa eso para que nosotros lo hagamos, que es una conspiración, o sea hay gente detrás de eso, eso no lo hacen por arte de magia, y si lo hacen para que tu apruebes, para que tu estés ahí, o sea está sirviendo algún fin”* (Milton, 23 años).

Afirman que su pereza generalizada tiene que ver con las lógicas de mediocridad y facilismo generadas por la tecnología. *“Nos hemos vuelto muy mediocres, facilistas, porque en verdad sí nos facilita muchas cosas pero nos estamos volviendo más flojos y en verdad estamos viendo necesarias cosas que no son fundamentales”* (Yolanda, 19 años).

Además dicen que Facebook es un espacio para que las personas exhiban su vida privada. Ricardo (21 años) piensa que *“El Facebook es como tu imagen en internet, y es como chistoso porque tener la página del Facebook actualizada es como el diario de muchas personas”* Es así como estas redes sociales se vuelven una especie de espectáculo mundial virtual en el que se puede seguir la vida de la gente.

Sin embargo, a pesar de la visión crítica que algunos jóvenes manifiestan, el uso de las redes sociales es continuo y generalizado. Al parecer, los riesgos e implicaciones asociados a su uso, se compensan por el beneficio de la interacción social y por la posibilidad de generar espacios de encuentro con amigos, familiares y parejas. Así, el precio de saber sobre la vida de los demás, equivale a que los demás sepan de la vida propia, pero parece un precio que los jóvenes están dispuestos a asumir.

5.2.3.3 Las TICs como Elemento de Independencia

Para los jóvenes las TICs significan tener cierto poder. En el ámbito académico, Internet se tiene como una fuente fundamental para encontrar cualquier tipo de información que se requiera. Se considera que es el medio donde está todo, donde se encuentra todo, sin límites ni restricciones. Como afirma Orfarith (22 años) *“Entre cielo e Internet no hay nada oculto”*. Es así que los jóvenes expresan que sienten que no pueden aislarse de este proceso, de todo el *boom* tecnológico porque el internet y las redes sociales son los medios con los que realizan sus actividades académicas y establecen sus relaciones con el entorno, amigos y comunidad. *“Son como unas formas inevitables en la vida social y cultural de los seres humanos, porque por lo menos nosotros que estamos en la vida académica es inevitable que no usemos el correo, que no nos comuniquemos por el Messenger, que no investiguemos”* Jennifer (22 años).

En el ámbito político, también significa poder, porque las tecnologías son herramientas importantes para fomentar la participación social, el activismo y los procesos democráticos.

Además, los jóvenes universitarios valoran la posibilidad de decidir su propio consumo cultural. Cuando no conocían las TICs debían sujetarse a la oferta televisiva regional o nacional y acceder sólo a la música de sus padres o amigos porque era costoso adquirir discos; entonces, el consumo cultural personalizado se convertía en una especie de lujo. Leslie (19 años) comenta que *“con el mp4 es distinto, tú escuchas a la hora que quieres y en el momento que quieras lo que tú quieres escuchar. Lo mismo pasa con el computador, el acceso a la información es más sencillo”*. Acceder libremente a lo que les gusta, construir su propio entretenimiento significa tener una mayor autonomía. El acceso libre a la información y contenidos también significa poder expresar lo que se piensa de los acontecimientos, como afirma Lesther (20 años) cuando menciona: *“La web y las redes sociales lo que hacen es que permiten a las personas publicar su visión de la realidad”*. Esta visión personal del entorno, esta facilidad por compartir y expresar opiniones, le imprimen al uso de las

TICs un sentido de autonomía e independencia que es valorado por los jóvenes.

5.3 ANÁLISIS DE PERCEPCIONES

Es importante reiterar, para el ámbito de las percepciones, que éste análisis parte de los comentarios que los estudiantes hacen sobre lo que sus padres y docentes consideran sobre las TICs. Es la manera en la que los jóvenes ven la relación con su familia, su universidad y las tecnologías. En ningún momento fueron entrevistados los padres ni los profesores, por lo que estas respuestas no pueden leerse como lo que los padres y docentes piensan directamente, sino como lo que los jóvenes perciben que sus éstos piensan respecto al consumo de las TICs. El análisis se presenta desde la visión de los padres (denominada familiar) y desde la visión de los docentes (denominada Universidad).

5.3.1 La Visión de la Familia

Según los aportes de los jóvenes, en algunas familias se generan conflictos por el tiempo que los jóvenes le dedican a los aparatos. El acceso a los equipos es limitado porque, aunque la mayoría de jóvenes obtuvieron a los equipos gracias a que sus padres los compraron, los recursos no son suficientes para que todos los miembros de la familia utilicen el computador, lo que genera discusiones en la convivencia cotidiana, especialmente para el caso de los estudiantes de la UdeC. Juan (20 años) comenta respecto a su madre: *“Mi mamá hace huelga, estrila y nos recuerda que ella lo compró, entonces ella también necesita revisar su Facebook, necesita jugar sus juegos, o sea solitarios y vainas así como súper aburridos pero ella se entretiene con eso”*. Para evitar estas discusiones las familias deben compartirlos, fijar unos horarios para el uso de los equipos y establecer prioridades.

Para los padres, una de estas prioridades es el estudio, por eso vigilan constantemente las actividades de sus hijos y los presionan cuando necesitan utilizarlo. *“No estudies tanto, suelta el computador y vete a dormir que ya son las dos de la mañana”* Gina (19 años); y se molestan con sus hijos cuando se dan cuenta que le están dando a los aparatos un uso diferente al académico. Entonces aparecen exigencias del tipo: *“Viste, tú no estás estudiando, tú lo que estás es chateando,”* con el fin de que se usen las TICs apropiadamente para las labores académicas.

En otros casos, los padres de familia se sienten tranquilos al comprar el aparato porque creen que el hijo va a darle un uso productivo al computador, *“Mi Papá dice: tú tienes esto (tecnología) tu puedes sacarle provecho. Mi Papá es feliz porque por lo menos dice: yo le di a mi hija para que se comprara ese computador y ya está terminando su tesis”* Daisy (23 años).

Algunos padres no se preocupan por las actividades que desarrollan los hijos, y la restricción del uso es mínima o no se ejerce ningún tipo de control por parte de los padres: *“En mi casa es relajado porque no te dicen nada o sea si no quieres comer no comes, no te paras a comer solamente vas al baño y corres otra vez al computador”* Juan (20 años). Son conscientes que cuando se conectan terminan aislándose de las dinámicas familiares y para evitar las discusiones con sus padres y dedicar más tiempo a su familia, prefieren dejar de dormir para usar el computador en otros horarios. *“En mi casa me enseñaron que no hay que ser dependiente de las cosas tecnológicas, por eso le dedico más tiempo a mi familia en la noche y en la madrugada ya le dedico tiempo al computador”* Cristian (20 años). De igual forma, creen que la interacción diaria con las tecnologías hace que se transformen las relaciones con los familiares: *“Estamos perdiendo el valor de la familia porque cuando yo llego a mi casa cierro la puerta de mi cuarto estoy metida en mi internet, si mi mamá no me toca la puerta yo no hablo con ella”* Patricia (20 años).

Según algunos testimonios, ciertos padres dan inicialmente un valor negativo al uso del computador, pero cuando ellos aprenden a usarlo, aceptan el uso por parte del hijo. *“Recién me regalaron el portátil todos mis males según*

mis padres se debían al computador: tengo dolor de cabeza, por el computador, me duele la espalda, por el computador, no, qué tal, eso fue por estar pegada en el computador; pero desde que mi mamá y mi papá se empezaron a interesar por el internet y por los correos electrónicos, todo se hizo más fácil, se acabaron las enfermedades” Yolanda (19 años).

Hay dos factores que pueden influir en la percepción negativa que podrían tener los padres del uso y el tiempo que invierten sus hijos en las tecnologías. Uno es, el poco conocimiento que tienen de los aparatos y el otro es el temor a lo diferente, a enfrentarse con una manera de divertirse y relacionarse que ellos no comprenden porque este tipo de entretenimiento exige una transformación de las prácticas culturales cotidianas: *“También molestan porque me quite de ahí, si yo escuchara vallenato y viera novela, tranquilidad total, armonía en mi casa, pero no, no pasa eso... ellos se sienten desplazados porque perdieron el dominio sobre las tecnologías y a veces siento que también se excluyen” (Ray).* Seguramente a este joven no lo molestarían si estuviera escuchando vallenatos o viendo telenovelas, pero como hace actividades distintas que lo aíslan, los padres sienten perder el control de su hijo.

Ellos (los padres) desconocen el funcionamiento de los aparatos, lo que lleva a producirles temor y desinterés: *“La relación de mi mamá es de total desmotivación, o sea a mi mamá no le interesa, ella dice que ese es mi mundo; ella dice: tú vives en tu mundo, tú te encierras en tu cuarto y tú no tienes nada que ver y claro, es un aspecto negativo, porque yo no interactúo en mi casa con nadie sino que paso conectada todo el día o estudiando” Jennifer (22 años).*

No conocerlas hace que luego no comprendan los usos que sus hijos hacen de las tecnologías *“Mi mamá no sabe mucho de internet. Mi Papá se molesta porque piensa que el uso del computador no es para ocio y diversión, él dice: mira que se pueden hacer otras cosas que cómo así que me voy a poner a escuchar música que para eso está el equipo de sonido” (Juan, 25 años).*

Esta desconfianza crece cuando los padres se dan cuenta que sus prácticas de recreación y ocio son muy diferentes a las que sus hijos realizan, como

menciona Alexander (27 años): *“Mi mamá y mi papá nunca se han interesado por las nuevas tecnologías. O sea, ellos escuchan música en una parranda, no son como nosotros que escuchamos música a diario y si prenden el equipo es porque hay un par de cervezas en la nevera, entonces creo que actúan diferente con la tecnología”*. Esta distancia entre las formas de ocio, ha contribuido, según la percepción de los jóvenes, a que las tecnologías afecten las relaciones familiares.

A esta transformación se suma que los jóvenes piensan que establecer comunicación con los padres es complicado y que, por lo general cuando se trata de usos y tiempos del internet, ellos no entienden sus necesidades *“Es una queja generalizada, pero no puedo explicarle eso porque ella no me va a entender”* Leslie (19 años). Al parecer están en contextos diferentes y se dificulta entablar un acuerdo quizás por la brecha generacional que existe entre los padres y los hijos.

Los padres piensan que sus hijos se dispersan demasiado y no comprenden como pueden hacer varias tareas al mismo tiempo, mientras que los hijos se acostumbraron a trabajar de esta manera a pesar de los reclamos constantes de sus padres: *“Que uno no puede estar leyendo y escuchando música a la vez, que eso es imposible, que eso no se puede o que yo no puedo estar (...) haciendo un trabajo en el computador y viéndome los Simpson a la vez porque eso es imposible. Sin embargo, uno lo hace y lo hace y le quedan las cosas bien”*, Carlos (24 años).

De forma particular, esta brecha generacional que ellos sienten con los padres por utilizar mejor las tecnologías se repite con sus familiares menores. Afirman tener capacidades inferiores para manejar las tecnologías frente a las que tienen sus hermanos, sobrinos o primos de menor edad. Jennifer (22 años) cuenta: *“Yo que estoy rodeada de niños por diferentes circunstancias, es mucho más fácil, en sus casas ya hay un celular, en sus casas ya hay un computador, en sus casas ya conviven con cierto tipo de tecnologías, entonces claro, hacen parte de su diario vivir, y para ellos es como respirar”*.

Algunos padres, sin embargo, a pesar de que piensan que Internet es una herramienta compleja, comienzan a interesarse en aprender lo básico para comunicarse a través de las redes sociales virtuales; dándose cuenta que de manera sencilla pueden comunicarse con sus familiares o amigos. *“Le dije a mi familia: vengan para enseñarles cómo se usa el computador. Mi madre dijo: no, eso es complicado; aceptó una clase peleando y al final le dio dolor de cabeza y se fue. Pero al llegar Internet, se interesó en aprender y contactar con otras personas”* (Lineth, 19 años). Se dan cuenta también, que pueden realizar actividades operativas que les facilitan la vida, como usos financieros y acceder a noticias de última hora: *“Le han servido bastante (las TICs) para consultar algunas cuentas bancarias, para ver cuando les consignan; entonces se ha sorprendido y han notado los beneficios que llegan a obtenerse”*, (Alfredo, 23 años).

Que los padres se acerquen al internet permite que se genere un tipo de relación distinta con el hijo, pues ya no sería el padre, la figura de autoridad, la que sabe más sino es el hijo que pasa a enseñarle a su padre, es decir los roles de poder se intercambian: *“Mi mamá actualmente es la que utiliza además de mí el computador y me necesita para usarlo. Entonces ahí tengo esa herramienta: ya me voy mami, tu querías que me parara, yo me paro, chao (risas) (...) el caso es que yo creo que en mi situación está muy mal utilizarlo por tanto tiempo pero la pernicia puede más que la razón”*. En el caso de Ray (23 años) la madre piensa que el hijo es adicto al uso, pero lo necesita para que le enseñe a usar el computador.

En relación a la interacción social, los padres pueden llegar a creer que aislarse tanto tiempo en el computador no es la mejor manera de socializar y les preocupa que sus hijos no realicen las actividades tradicionales o “normales” para conocer gente. En aras de mantener el control, los padres utilizan argumentos como *“eso está mal, el sedentarismo es malo, la vista se te va a dañar, eso puede dar paro”*, para persuadir a los hijos sobre las consecuencias que trae pasar todo el día frente al computador: *“Dicen que paso sentado en el computador y no me relaciono con otras personas, dicen que estar sentado ahí me puede traer problemas de salud, más que todo la vista que... eso me lo*

recalca mi mamá muchas veces y también que ajá que debo distraerme por otro lado” (Darinél, 22 años).

Pero en general, los padres parecen apoyar el uso de las TICs aunque no comprendan su potencial. *“Ojalá que mi mamá pudiera siquiera tener un correo electrónico, pero esa es una lucha muy difícil porque son personas que vienen del pueblo y se les hace muy complicado tener acceso” Edgar (20 años).*

En términos de necesidades, de acceso, disponibilidad de soportes y de utilidad para el desempeño educativo profesional, los hijos no hacen una solicitud explícita y directa sino que el entorno y la presión social termina por exigirle a la familia que apoye a los hijos en la compra de los aparatos. *“Yo lo necesitaba desde siempre, ya ellos lo notaron un día y decidieron que iban a sacar de sus ahorros para poder conseguirlo, la idea es que fuera de calidad, marca certificada,” Yennis (19 años).*

“La primera vez que me compraron un computador tuve que averiguar cuánto se gastaba en luz, cuánto costaba, cómo manejarlo, mi mamá me dijo: tienes que averiguar todo sobre el computador, cuando se compró el computador pasaba con el forro, cuando lo utilizaba tenía que ser poco tiempo porque no le dedicaba mucho tiempo a las tareas, y ahora estudio diseño gráfico y mi mamá no quiere que me separe del computador, si no me ve en el computador es porque no estoy haciendo las tareas, no estoy haciendo los trabajos, ella es una de las que dicen: trabaja, estudia, lee, es más yo soy de los que le mando correos a mi mamá sobre libros, cosas que estoy haciendo para mantenerla al tanto de lo que estoy haciendo en la universidad” Lesther (20 años). Este testimonio describe perfectamente el proceso de transición que los padres han realizado frente a este tema. Era una lucha lograr que los padres compraran el computador y además que permitieran que el estudiante lo usara demasiado tiempo, pero cuando el padre también accede, conoce y se apropia del computador el miedo que tenían antes se disipa y comienza a apoyar e incitar el uso del computador en sus labores académicas y lo utiliza como una herramienta para permanecer al tanto de las actividades de su hijo.

5.3.2 La Visión de la Universidad

Referente a las percepciones que la universidad tiene frente a este tema se encontraron los siguientes resultados.

Parece que hay una apuesta institucional o por lo menos una tendencia a usar e incorporar las tecnologías en las dinámicas de las clases. Para ello, algunos docentes exigen que los estudiantes usen el correo electrónico e intentan utilizar recursos tecnológicos como videos, diapositivas, entre otros, para captar su atención y evitar que se dispersen. Pero este uso se reduce sólo al intercambio de información, tipo links, artículos, noticias, o invitaciones a través del correo electrónico o a través de la red social Facebook, lo que pone en evidencia la brecha generacional entre profesores y estudiantes. Según lo que cuentan los estudiantes, los docentes no manejan las tecnologías como estrategia didáctica ni aprovechan las herramientas disponibles en internet. Solo mencionan el caso de una docente que se comunicaba todo el tiempo con ellos a través de Facebook y que estaba muy actualizada en todo lo referente a programas y software nuevos.

José María (23 años) cree que *“ellos (profesores) utilizan la tecnología para llegar a nosotros, pero no la utilizan de manera adecuada.”* Parece que los profesores no se han adaptado a una nueva lógica de aprendizaje que proponen las tecnologías. En cambio, todo el tiempo están regañándolos y exigiéndoles atención: *“Nos bajaron la nota del primer corte de este semestre porque hay compañeros que utilizan el Blackberry en clase, al profesor no le gustó y por culpa de ellos nos bajaron el corte a nosotros”* Gina (19 años).

También mencionan que algunos docentes creen que es sólo cuestión de adaptar los contenidos de las asignaturas, tomar las diapositivas y la información que antes se escribía en el tablero, ponerla en formato multimedial y subirla a un blog o una página web.

Tecnologías y educación se convierte en un tema polémico porque la relación entre docente y estudiante durante mucho tiempo y a pesar de que se hayan hecho todo tipo de esfuerzos, se sigue entendiendo como una relación vertical

en la que el docente es el portador del conocimiento y el estudiante el que debe recibirlo. Aunque la discusión teórica haya avanzado bastante, todavía en algunos espacios académicos se escucha que el docente debe ser transmisor de conocimientos, en la que se establece una relación de poder o de autoridad con el alumno.

La tensión aumenta cuando los jóvenes comienzan a aprender de manera autodidacta y notan que *“muchas veces son superiores a los profesores en cuanto a conocimientos de destrezas sobre el manejo de Photoshop”* (José María, 23 años). El docente no debe sentirse amenazado porque su estudiante le diga que maneja mejor el programa que le está enseñando. Si la función del docente fuera sólo transmitir conocimiento, los docentes habrían desaparecido con el surgimiento de internet y las TICs, pero la labor docente prevalecerá mientras se requiera de la mediación, el estímulo, la motivación y la guía en el proceso de enseñanza-aprendizaje; pero sólo hasta que se comprenda que el proceso del conocimiento es horizontal, llegará a desaparecer la preocupación del docente por el uso excesivo que tienen los estudiantes de las TICs.

El reto radica en encontrar cuál sería la mejor manera de explicar un tema, qué estrategia didáctica funcionaría. No se trata de hacer un video, sino de pensar y diseñar recursos virtuales que posibiliten un aprendizaje más rápido, intertextual, fragmentado, donde los contenidos se correlacionen con lecturas, experiencias, un aprendizaje más visual, sonoro y gráfico, que apunte más hacia las competencias de comprensión, argumentación y crítica por parte del estudiante. Un conocimiento que brinde herramientas para el desarrollo del pensamiento creativo, un conocimiento técnico que brinde elementos concretos y prácticos para que los jóvenes puedan aplicarlos e insertarse de manera productiva en el campo laboral.

Paradójicamente, aunque la universidad no brinde las herramientas ni ofrezca un entorno tecnológico, le exige al estudiante una calidad técnica en la presentación de sus trabajos. *“Te exigen unas cosas, mientras que uno tiene*

que entregar un párrafo en el computador, uno tiene que entregar cipote⁵⁴ proyecto en la universidad, renderizado o en Power Point, tiene que tener todos los recursos audiovisuales y para eso uno necesita la tecnología” Diana (24 años).

⁵⁴ Expresión Cartagenera, se refiere a un adjetivo de tamaño o de cantidad, expresando que algo es excesivamente grande.

6. CONCLUSIONES

Desde cada uno de los ejes de análisis, se identificaron las posturas y dinámicas de los jóvenes universitarios, contrastando los datos aportados por los estudiantes de la Universidad Privada (Jorge Tadeo Lozano) y de la Universidad Pública (de Cartagena).

En relación al eje Accesos, se identificó que los estudiantes (de ambas universidades) conocieron las tecnologías en casa y no las relacionan primordialmente con el espacio académico, así que el principal acceso se da en el hogar, lo que es coherente con las cifras reportadas por el DANE. El aprendizaje para garantizar el acceso se dio explorando con los soportes de manera individual e intuitiva y sin seguir instrucciones. En general, los estudiantes piensan que tienen mayor dominio para acceder a las TICs que sus padres o docentes, presentándose un fenómeno de asimetría que impide los procesos de comunicación y enseñanza padre-hijo o docente-hijo, pues no existe confianza por parte de los jóvenes sobre el conocimiento y la experticia de los adultos para el manejo de las tecnologías. En general, el conocimiento para usar las TICs ha sido adquirido de forma autodidacta, aunque los jóvenes aceptan que este conocimiento no es suficiente para declararse usuarios avanzados de las tecnologías.

Como recuerdo del primer acceso (primera vez tecnológica) siempre se remite a la relación con un amigo o familiar, de tal forma que el uso de la tecnología evoca sentimientos de afecto que insertan al estudiante en las dinámicas culturales que trascienden el simple uso de los aparatos. Esto ubica a las TICs más allá de la concepción artefactual o instrumental tecnológica, presentándolas en un plano en el que el acceso a las TICs se carga de sentido y significado, siendo dinamizadoras y facilitadoras del encuentro humano, por lo que el valor simbólico asociado a su consumo cultural se ve ampliamente permeado por factores emocionales, como evidencian los testimonios de los jóvenes.

Estos aparatos, para el caso de la Tadeo, corresponden a tecnologías de reproducción de música, vídeo, de transmisión de datos (tipo Blackberry), portátiles, internet dedicado y otras tecnologías de punta; mientras que los de Cartagena no tienen acceso a equipos de última generación. La principal causa identificada corresponde a la falta de recursos económicos y también al desinterés por parte de los estudiantes (de Universidad Pública) por adquirir este tipo de aparatos; además porque por lo general son comprados con recursos propios, mientras que los de la Tadeo son obsequios de familiares. Trascendiendo la esfera de lo económico, el desinterés puede ser una manifestación de la diferenciación entre los jóvenes que pertenecen a familias con mayor poder adquisitivo, frente a los que pertenecen a familias con menor poder. Las dinámicas culturales de las familias con más recursos, en algunos casos llegan a implicar la despersonalización en las relaciones, mediada por terceros (otras personas u objetos) que sirven como canales indirectos de comunicación. En las otras familias, en cambio, suelen existir relaciones más cercanas, directas, no interferidas; por lo que las tecnologías no deberían ser de preferencia para los jóvenes que pertenezcan a este tipo de familias.

En relación al eje Usos, en concordancia con los estudios identificados a nivel nacional realizados por el DANE y el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicaciones, se identifica que los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano prefieren usar las TICs con fines de entretenimiento, en segunda instancia con fines comunicativos y luego con fines académicos; mientras que en la Universidad de Cartagena prefieren el uso académico y posterior el de entretenimiento. De nuevo se resalta el poco interés por parte de los Jóvenes de Universidad pública, por emplear la tecnología como medio para comunicarse de manera informal entre las personas. El entretenimiento, que es un uso relevante y común para los dos grupos de estudiantes, es visto como una posibilidad de abstraerse del entorno mediante el disfrute de la tecnología, generando una paradoja en la que el joven se conecta para “desconectarse, accediendo a las tecnologías para abstraerse del entorno. En el fin académico, para ambos grupos, se encuentra que los estudiantes asumen una postura pasiva, ya que buscan información, pero no se sienten capaces de producir,

aportar y publicar conocimiento (usuario aportante). Sin embargo, por tratarse de estudiantes de facultades de humanidades y artes, es natural considerar que su dedicación al ocio y entretenimiento puede haberlos conducido a su interés profesional y por ende académico, por lo que la frontera entre el uso académico y el uso por entretenimiento se presenta difusa. Sin embargo, el enfoque de la entretención puede ser diametralmente opuesto al enfoque creativo, en el que el uso se orientaría a la generación de contenidos y a la difusión o aporte de nuevo conocimiento.

En este sentido, y precisamente respecto a la generación de contenidos, sorprende que de más de 40 estudiantes analizados, sólo un estudiante manifieste tener un blog en el que publica sus escritos. Los demás expresan su opinión a través de redes sociales y algunos participan en difusión de actividades políticas a través de Internet, pero no parecen ser usuarios activos que produzcan nuevos contenidos. Esto tiene sentido en el contexto nacional, sobre todo cuando los bajos resultados en las pruebas Pisa, permiten evidenciar que más del 70% de los colombianos no posee habilidades mínimas que les permitan potenciar las posibilidades y oportunidades que brindan las TICs.

La ausencia de “creatividad”, necesariamente aleja a los jóvenes de la participación en procesos relacionados con las industrias basadas en el modelo de negocios de derechos de autor o de industrias culturales y creativas, en las que los contenidos son los productos preponderantes por su valor expresivo, que es el principal factor que es considerado implícitamente por espectadores y consumidores de bienes culturales y creativos. Además, desde la perspectiva de formación de públicos, que es un elemento indispensable si se piensa en industrias culturales, la participación en actividades de desarrollo de obras, se entiende como un aspecto necesario para despertar el deseo de consumo; en resumen, se considera que para llegar a ser espectador primero se debe haber sido creador. Así, estos jóvenes no sólo evidencian la escasez en la producción de contenidos con valor expresivo, sino que además no parecen ser potenciales creadores ni consumidores de bienes de carácter cultural.

Respecto a las motivaciones principales para el uso de las TICs, se encuentra que corresponden al desarrollo profesional, mediante el acceso al conocimiento y la oportunidad de ampliar las competencias que serán útiles en el futuro laboral; la motivación por el entretenimiento, que permite relajarse y separarse de las responsabilidades y compromisos de la “realidad”; la motivación por comunicarse y acortar distancias, de tal forma que se puedan mantener los vínculos con familiares y amigos que estén fuera del país, especialmente para los estudiantes de la Universidad privada; y la motivación por el activismo y la participación ciudadana, porque las TICs facilitan la difusión y coordinación de actividades de carácter político, así como brindan espacios para aportar opinión y sentar posturas respecto a temas de interés en la sociedad.

El significado que implica el uso de las TICs para los jóvenes, puede comprenderse desde la perspectiva de diferenciación social, interrelación social y de independencia y autonomía. La distinción social se presenta por la relación implícita entre el tipo de tecnología que se usa y el status o posición social a la que se pertenece. La interrelación, corresponde a la visión que se tiene de las TICs como un elemento integrador, que implica poner en contacto y brindar herramientas útiles de comunicación para las personas, especialmente el Internet. La independencia, por último, se asocia a la posibilidad de generar contenidos y buscar información sin “mediadores” que restrinjan el acceso a la misma.

Respecto al eje Percepciones, una parte significativa de los jóvenes considera que sus padres tienden a creer que se encuentran aislados y que pueden convertirse en adictos a las TICs. Sin embargo, los padres, aunque no dominan a perfección las tecnologías (especialmente los de la de Cartagena), creen que el uso de estas tecnologías es fundamental para el desarrollo académico y profesional de los estudiantes, por lo que lo aceptan pero con restricciones. Los docentes, aunque aportan y pueden ser una guía para el uso de las TICs, parecen no encontrarse preparados para asumir la enseñanza a través de las tecnologías según la mirada de los estudiantes, que consideran que en ocasiones llegan a saber más que sus profesores sobre tecnologías específicas.

Como resultado fundamental del trabajo, se encuentra que a pesar de las condiciones económicas que inciden en los tipos de equipos a los que pueden acceder los estudiantes de la Tadeo o de la UdeC, no existen diferencias sustanciales entre los usos, las motivaciones, los significados y las percepciones que tienen estudiantes en relación a las TICs. Estas tecnologías, hoy hacen parte de la cotidianidad de los jóvenes y son una pieza fundamental en sus dinámicas de interrelación social y cultural, más allá de ser vistas como simples instrumentos para desarrollar tareas o para comunicarse; es decir, hacen parte del entramado cultural al que pertenecen los jóvenes.

Partiendo de la tendencia encontrada en este estudio con jóvenes universitarios de Cartagena, se puede plantear algunos ejes de análisis y nuevos interrogantes. En cuanto a formación fuera del contexto escolar: Es preciso que el estado y la sociedad civil se replantee los procesos de enseñanza que se dan fuera del contexto de la escuela y defina políticas públicas acordes con la transformación cultural y la nueva lógica de pensamiento que implican las TICs. Así mismo será necesario, indagar sobre las percepciones que tienen los docentes sobre las TICs y preguntarse por la necesidad de capacitar a los profesores universitarios en el uso de las tecnologías de información y comunicación.

Finalmente, se resalta la ventaja de trabajar con el esquema de grupos focales, porque permitió indagar a profundidad la visión de los estudiantes, aunque por no tratarse de una metodología cuantitativa, los análisis y hallazgos mencionados en este trabajo no pueden generalizarse ni extrapolarse a toda la población universitaria de Cartagena. Sin embargo, la metodología empleada y la comprensión del caso puntual de estos estudiantes de ambas universidades, sirven como punto de referencia para futuras investigaciones en otras universidades o regiones del país y podrían llegar a contribuir en la formulación de estrategias que permitan optimizar el consumo cultural de estas tecnologías por parte de los jóvenes.

7. BIBLIOGRAFÍA

De Certeau, Michel. La invención de lo cotidiano. México, Universidad Iberoamericana, 1996.

_____. La toma de la palabra y otros discursos políticos. México, Iberoamericana, 1995.

Moraes, D. (coord.)(2007). Sociedad mediatizada. Barcelona: Gedisa

Flórez, Alberto et. al. Desafíos de la transdisciplinariedad. Bogotá, Siglo de hombre editores, 2002.

García Canclini, Néstor. Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Grijalbo, 1990.

_____. Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización. México, Grijalbo, 1995.

_____ (Ed.) El Consumo Cultural en México. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.

Giraldo, Fabio y Viviescas, Fernando (comp.) Pensar la ciudad. Bogotá, Tercer Mundo, 1998.

Hopenhayn Martín. "Tribu y metrópoli en la posmodernidad latinoamericana." En: AA.VV Enfoques sobre posmodernidad en América Latina. Caracas, Sentido, 1998.

Maffesoli, Michel. El nomadismo: vagabundeos iniciáticos. México, FCE 2004.

Marín, Marta y Muñoz, Germán. Secretos de Mutantes: Música y creación en las culturas juveniles. Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 2002.

Muñoz, Germán. "Consumos culturales y nuevas sensibilidades". En: Cubides, Humberto, Laverde, Ma. Cristina y Valderrama, Carlos (ed.) "Vivienda a toda", Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 1998.

_____. "Identidades culturales e imaginarios colectivos. Las culturas juveniles urbanas vistas desde la cultura rock. En: Martín Barbero, Jesús y López, Fabio (eds.) Cultura medios y sociedad. Bogotá, CES- Universidad Nacional, 1998.

Barbero, Jesús Martín. *De los medios a las mediaciones*. Bogotá; Convenio Andrés Bello, 2002.

_____. *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Bogotá, FCE, 2003.

_____. "Esa excéntrica y móvil identidad juvenil". En: Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad. Pittsburg, Nuevo Siglo, 2001.

Reguillo, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles: Estrategias del desencanto*. Bogotá, Norma. 2000

_____. "El lugar de las márgenes: música e identidades culturales juveniles". Revista Nómadas #. 13, Bogotá, Universidad Central, 2000.

Ruiz, María Del Mar y Villa, Juan David. *A cada uno le llega su hora: tragicomedia social de jóvenes y adultos*. Bogotá, Siglo del Hombre Editores, 2000.

Silverstone, R. *¿Por qué pensar los medios de comunicación?* Buenos Aires, Amorrortu, 2004.

Sunkel, Guillermo (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Colombia: Convenio Andrés Bello. 2006.

Vasallo de Lopes, Maria Immacolata. "La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas." Revista Diálogos de la comunicación # 56, 1999.

8. ANEXOS

Anexo # 1: Transcripción grupo focal

Anexo # 2: (6) Matrices grupos focales

Anexo # 3 Matriz final Tadeo y Matriz final UdeC