

Referencia para citar este artículo: Acosta-Silva, D. A. & Muñoz, G. (2012). Juventud Digital: Revisión de algunas aseveraciones negativas sobre la relación jóvenes-nuevas tecnologías. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (1), pp. 107-130.

Juventud Digital: Revisión de algunas aseveraciones negativas sobre la relación jóvenes-nuevas tecnologías*

DAVID ARTURO ACOSTA-SILVA**

Coordinador del Centro de Investigación de la Escuela de Artes y Ciencias de la Comunicación de la Corporación Universitaria Unitec, Bogotá, Colombia.

GERMÁN MUÑOZ***

Profesor Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.

Artículo recibido en julio 26 de 2010; artículo aceptado en noviembre 30 de 2010 (Eds.)

· **Resumen:** *En el presente documento exponemos algunos de los resultados de un estudio exploratorio a pequeña escala, conducido con un grupo de 82 jóvenes en Bogotá. Éste tuvo como presunción fundamental que muchas de las aseveraciones que usualmente se realizan sobre las interacciones entre los sujetos jóvenes y la tecnología están basadas más en hipérboles que en un verdadero sustento fáctico aplicable a la juventud colombiana. En consecuencia, escogimos cinco temáticas alrededor de las cuales suelen girar dichas aseveraciones (generalmente hechas sobre otros contextos) y así examinar su veracidad en la muestra. Los resultados demuestran que es necesario realizar más investigaciones que soporten lo que se afirma, ya que no todo corresponde a la realidad, sea por exceso, por defecto o por falta de información.*

Palabras clave: tecnología, juventud, interacción, estudios ciberculturales.

Juventude digital: revisão de algumas asserções negativas sobre a relação jovens-novas tecnologias

· **Resumo:** *No presente documento apresentamos alguns dos resultados de um estudo exploratório de pequena escala, conduzido com um grupo de 82 jovens em Bogotá. Este estudo teve como pressuposto fundamental que muitas das asserções que geralmente são realizadas sobre as interações entre os sujeitos jovens e as novas tecnologias estão baseadas mais em hipérboles do que um verdadeiro sustento factual aplicável à juventude colombiana. Em consequência, escolhemos cinco temáticas em torno das quais giram as ditas asserções (geralmente feitas sobre outros contextos) e assim examinar a sua veracidade na amostra. Os resultados demonstram que é necessário realizar mais pesquisas que suportem o que se afirma, já que nem tudo corresponde à realidade, seja por excesso, por defeito ou por falta de informação.*

* Este **reporte de caso** y la investigación exploratoria en la que está basado se desarrollaron cumpliendo los requisitos del Doctorado en Ciencias Sociales Niñez y Juventud del Cinde-Universidad de Manizales para la obtención de la candidatura, durante el período comprendido entre los meses de mayo de 2009 y abril de 2010.

** Filósofo de la Universidad Nacional de Colombia, Magister en docencia de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: davidacostasilva@gmail.com

*** Doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud del Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud de la Universidad de Manizales-Cinde. Correo electrónico: germancitom@yahoo.es

Palavras-chave: tecnologia, juventude, interação, estudos cibercultuais.

Digital youth. Review of some negative staments on the relationship between young people and new technologies

***Abstract:** In this paper we present some results from a small scale exploratory study conducted with a group of 82 young people in Bogotá, Colombia. This had the fundamental assumption that many assertions commonly made about the interactions between young people and technology are based more in hyperboles than on real factual support -applicable to Colombian youths. Consequently, we chose five common themes around which such assertions are made, and their accuracy in the sample was examined. The results suggest that more research is required in order to support what is stated -as not all correspond to reality, either by excess, default or lack of information.*

Keywords: technology, youth, interaction, cyber cultural studies.

-I. Introducción. -II. El estudio. -1. Método. -III. Resultados y discusión. -1. Nivel de penetración de las nuevas tecnologías. -2. Techno-sapiens. -3. Facebook y el fin de las relaciones sociales. -4. Los blogs y el fin de la intimidad. -5. Google y el fin de la inteligencia -IV. Conclusiones. -Lista de referencias.

I. Introducción

Autistas, ególatras, estúpidos y adictos a la tecnología. Así estamos definiendo a nuestros jóvenes por su constante y, tal vez para muchos, envidiable interacción con la tecnología. Lo escuchamos de manera incesante en boca de padres y madres, periodistas y hasta científicos, en un distintivo tono distópico que, como veremos, no es raro en las interpretaciones poco serias: nuestros jóvenes y nuestras jóvenes están *perdidos* en la tecnología, sumidos en lo virtual. Como nos dice Rossmeir (2009), los argumentos ya son familiares:

Facebook is ruining our social relationships; Google is making us dumber; texting is destroying the English language as we know it [y desde luego el español también]. We're facing a crisis, one that could very well corrode the way humans have communicated since we first evolved from apes (§ 1).

Lo que se demuestra en los hechos aparentemente incuestionables de todos, es que hablen más por celular que con sus padres y madres, y pasen más tiempo frente al computador que con sus pares; que no estudien por estar chateando con 10 personas al mismo tiempo; que no hablen en la mesa con su familia

por estar conectados a su iPod; que jueguen más videojuegos que fútbol...

Es por ello que, siguiendo a Stefon-Green (1998), una de las imágenes más prevalecientes de los niños, niñas y jóvenes en la sociedad occidental contemporánea es aquella que los muestra en un estado de total ensimismamiento frente, y casi *dentro*, de una pantalla, encarnando arquetípicamente al *Homo videns* de Giovanni Sartori. En consecuencia, niños, niñas y jóvenes son identificados con la tecnología: todos los tres “nuevos” para este mundo, todos casi indescifrables, todos “en constante transformación”, creando un vínculo que incomoda, alarma y preocupa a los sujetos adultos. Nuestros “pobres” muchachos y muchachas consumidos por las máquinas, perdiendo su moral, alejándose de la guía responsable de sus padres y madres, dándole preferencia a lo virtual, embarcándose sin reparos en un constante y frenético cambio que nos llena de nervios. Y cómo no estarlo, si se nos ha advertido durante años del influjo temible de la tecnología sobre las nuevas generaciones, aunque recientemente con renovada fuerza. Un sólo ejemplo que demuestra hasta dónde ha llegado la preocupación de las personas adultas y que habla por sí solo: el libro *The Dumbest Generation: How the Digital Age Stupefies*

Young Americans and Jeopardises Our Future -Or, Don't Trust Anyone Under 30¹- (Bauerlein, 2008).

Lo cierto es que el impacto de las nuevas tecnologías no se puede negar. Especialmente desde la llegada al hogar de los primeros computadores personales a comienzos de la década de los ochentas, el mundo fue tomado por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Y cuando éste apenas comenzaba a adaptarse al computador, a mediados de los noventa surgiría -por lo menos para el público en general- “un maremoto” (como lo llamaría Bill Gates en 1995) aún más fuerte que cubriría incluso a la misma industria de los PC: Internet.

De allí en adelante la revolución digital multiplicaría sus rupturas y transformaciones, haciendo crecer exponencialmente a la sociedad de la información, alterando nuestra concepción de los límites del tiempo y del espacio, cambiando nuestras formas de comunicación, lo cual, a su vez, reformaría las formas en las que concebimos el relacionarnos, el crear y administrar empresas, el divertirnos, el aprender, el investigar. Empezaríamos a vernos y a entendernos de modos diferentes y seríamos testigos de la aparición de esa nueva y elusiva categoría ontológica de *lo virtual* (también intercambiable por el prefijo ciber), la cual se multiplicaría por doquier (comercio virtual, relaciones virtuales, piratería virtual, entretenimiento virtual, sexo virtual, etc.), incluso llegando a tocar también a la academia, hasta el punto de mantenernos, como diría Scolari, en una “dieta hipercalórica de ciberteorías”, al extremo de que pareciera que “en los últimos 15 años no se hubiera hablado de otra cosa” (2008, pp. 21-33).

Y mientras la tecnología nos seducía y mantenía absortos (Turkle, 1997), sucederían dos cosas importantes: primero, ella misma es alterada por nuestro uso: en la interacción tecnología-sociedad no sólo ella nos afecta, sino que también la sociedad a ésta, “apropiándose, modificándola y experimentando con ella” (Castells, 2001, p. 18); es una relación que

altera permanentemente ambos lados de la ecuación. Lo segundo, es que en el centro de todos los mencionados cambios producto de la revolución digital se encuentran los jóvenes y las jóvenes. Visibilizados gracias a sus páginas web, a sus creaciones innovadoras, a su intercambio de archivos sin restricciones, a sus millones de fotos y videos, serían ellos y ellas blanco de críticas, llegándolos a describir como “cínicos, furiosos, violentos y ensimismados en su propia cultura carente de amor y colmada de música rap, drogas, ira, graffitis [sic] e incluso pornografía” (Tapscott, 1998, p. 5). La pregunta obligada frente al anterior panorama debería ser: ¿las repetidas afirmaciones e imágenes que acompañan el discurso sobre las apropiaciones de la tecnología por los jóvenes y las jóvenes, y que han generado esta mirada negativa, tienen algún sustento, o son sólo creencias infundadas?

II. El Estudio

Esta última cuestión fue precisamente la que impulsó el desarrollo del estudio exploratorio que presentamos en estas líneas, el cual tiene como presunción fundamental que una importante cantidad de los análisis (positivos o negativos) que usualmente se hacen públicos sobre las interacciones entre los sujetos jóvenes y la tecnología, están basados más en juegos de palabras hiperbólicos y en generalizaciones infundadas que en un verdadero sustento fáctico; lo que sumado a la falta (aunque no ausencia total) de investigaciones formales nos impone una considerable limitante para contestar nuestra anterior pregunta. Como plantea Castells (2001), por la misma velocidad de transformación de la tecnología “...el mundo de la investigación académica no ha conseguido ponerse al día en los ‘cómos’, los ‘qués’ y los ‘porqués’ de la sociedad y la economía basadas en Internet, con una adecuada producción de estudios empíricos”. Lo que ha generado que “...la ideología y el chismorreo [hayan] sesgado nuestra comprensión de esta dimensión fundamental de nuestras vidas...” (p. 17).

Por lo tanto, si nos permitimos poner en duda tales análisis, tendríamos que hacernos entonces una pregunta fundamental: ¿cuáles son exactamente las interacciones de nuestros

1 La más tonta de las generaciones: cómo la época digital deja estupefactos a las personas jóvenes de América y pone en peligro nuestro futuro (o, no confíes en nadie menor de 30 años).

jóvenes y nuestras jóvenes con la tecnología? La búsqueda de su respuesta nos llevaría a tener que considerar las complejas interrelaciones entre los intereses políticos, sociales, institucionales y económicos que enmarcan tales circunstancias (cf. Williams, 1974, citado por Sefton-Green, 1998, p. 6). Sin embargo, en el presente estudio, por las limitaciones mismas de su estructura, no pretendemos llegar a plantear tales explicaciones sino meramente a comenzar la *exploración* de la cuestión, en este caso dentro de una pequeña muestra de jóvenes residentes en la ciudad de Bogotá.

1. Método

Sin duda alguna, por más exploratorio que fuese el estudio, podrían haber decenas de tópicos posibles por investigar; no obstante, nuestro estudio en general -y el cuestionario empleado en él en particular- los construimos con 3 objetivos principales, a saber:

1. Obtener algunos datos empíricos para determinar cómo los *jóvenes y las jóvenes de Bogotá* se enfrentan y manejan las tecnologías de la información y de la comunicación, colaborando de esa manera a solucionar (al menos en parte) esa falta de estudios empíricos que nos refiere Castells y que es demasiado patente en Colombia.
2. Comparar, siempre que fuera posible, los datos obtenidos con aquellos que nos presentan encuestas y censos a nivel nacional e internacional.
3. Poner a prueba en la muestra algunas de las aseveraciones e imágenes aplicadas a la interacción juventud-tecnología.

No obstante esta intensión tripartita, es alrededor del último objetivo sobre el que girará el resto del presente documento, siendo las conclusiones obtenidas sobre el particular presentadas y examinadas en la sección de *resultados y discusión*.

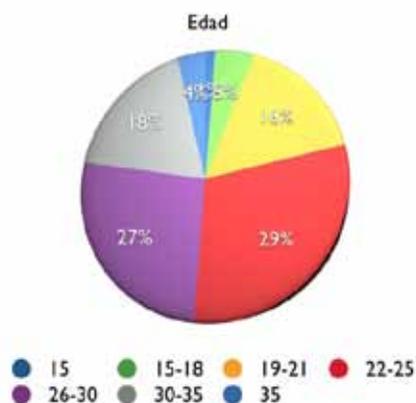
Ahora, siguiendo estos objetivos elaboramos un cuestionario de 29 preguntas cerradas (más una pregunta abierta final para proporcionar la posibilidad de realizar comentarios adicionales), de las cuales 5 nos permitían determinar los rasgos socio-económicos de la muestra y las

restantes planteaban las temáticas puntuales a explorar.² Dicho cuestionario lo diseñamos y administramos por medio del servicio de Internet *Survey Monkey* (www.surveymonkey.com), el cual escogimos con el fin de permitir que los sujetos participantes pudiesen contestar el cuestionario en línea; por otra parte, también empleamos este servicio para el procesamiento estadístico de las respuestas.

Enviamos cerca de 140 invitaciones a participar del estudio a través de la red social Facebook y por medio de correo electrónico; en ambos casos, tales invitaciones las dirigimos a alumnos y alumnas o egresados y egresadas de los diferentes programas de la Corporación Universitaria Unitec, con sede en Bogotá. Por medio de éstas obtuvimos, luego de tres semanas, los 82 sujetos participantes en el estudio, con las siguientes características demográficas:

- a. Los sujetos participantes se distribuyeron en 54 mujeres (65,9%) y 28 hombres (34,1%).
- b. Si bien quisimos trabajar más con una concepción amplia de lo juvenil que con un rango etéreo específico -y, por ende, los invitados e invitadas a participar en el estudio iban desde los 15 a los 35 años-, finalmente más de la mitad de los sujetos participantes se encontraron en el rango de los 19 a los 25 años (véase gráfica 1).

Gráfica 1. *Edad*

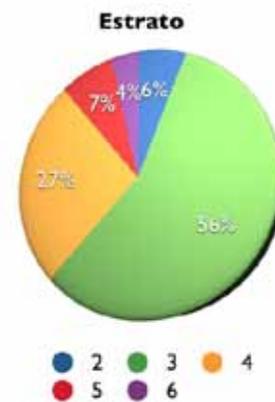


2 No todas de las cuales son exploradas en este escrito.

Gráfica 2. Ocupación



Gráfica 4. Estrato socio-económico

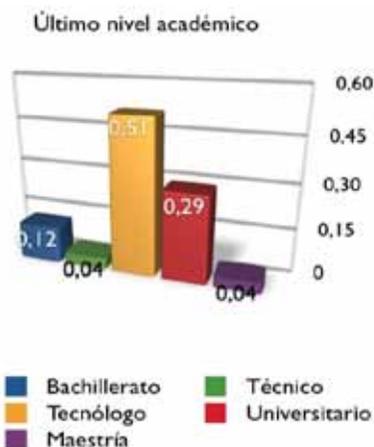


- c. Dado dicho rango de edad predominante, aunque pensábamos encontrar una significativa cantidad de estudiantes, lo reportado muestra que la mayoría trabaja, ya sea tiempo completo (39%) o por proyectos (37,8%) (véase gráfica 2).
- d. Lo que sí corresponde al rango etario (y en general a la situación del país) es el último nivel educativo reportado: el estudio contó con un 51,2% de tecnólogos y tecnólogas, y un 29,3% de universitarios y universitarias (véase gráfica 3)³.

- e. El 82,9% se ubicó en los estratos 3 (56,1%) y 4 (26,8%) (véase gráfica 4).

Según los objetivos, escogimos cinco temáticas alrededor de las cuales suelen girar muchas de las aseveraciones e imágenes producidas por la cultura popular y por los medios de comunicación, y en análisis que parecen poco profundos sobre las interacciones jóvenes-tecnología (los cuales además generalmente son hechos para otros contextos y culturas), para así examinar su veracidad en la muestra. Asimismo, estas temáticas guiarían la construcción de las grandes sub-preguntas del estudio a sondear, a saber: 1) ¿cuál es el nivel de penetración de las tecnologías en los jóvenes y las jóvenes de la muestra?; 2) ¿qué tanto realmente conocen de tecnología?; 3) ¿cuáles son los usos primordiales que le dan a las nuevas tecnologías?; 4) ¿cuál es la valoración que le dan a las nuevas tecnologías?; 5) ¿qué tan celosos o celosas son de su privacidad en la red?

Gráfica 3. Último nivel académico



³ La mayor parte de los programas ofrecidos en la actualidad por Unitec son de nivel tecnológico.

III. Resultados y Discusión

1. Nivel de penetración de las nuevas tecnologías

Revisar el nivel de penetración que tienen las nuevas tecnologías dentro de la muestra permite no sólo determinar su grado de masificación y el valor que los jóvenes y las jóvenes les otorgan, sino además contextualizar el resto de los resultados frente a estas cifras.

Una de las primeras sorpresas que arrojaron los resultados del estudio fue el alto equipamiento tecnológico de los jóvenes y de las jóvenes; no porque éste no fuera de esperarse, sino que dado el nivel socio-económico preponderante de la muestra (estrato 3), lo sospechábamos en un grado mucho menor del que observamos.

Tabla 1. *Computador propio*

¿Tienes computador propio?		
Opciones de respuesta	Frecuencia de respuesta	Número de respuestas
Sí	96,3%	79
No	3,7%	3
Total colombiano (Dane, 2009)	22,8%	
Total de respuestas		82
NS/NR		0

Tanto el caso del computador como el de Internet son particularmente interesantes; aunque se pudiera plantear que las cifras demuestran hasta qué punto se han convertido en herramientas casi de primera necesidad (ya sea por estudio o trabajo) para quienes tienen los recursos para acceder a ellas, no deja de sorprender la enorme diferencia entre lo reportado por los sujetos participantes y los totales generales del país. Además, en el caso de Internet, aunque no se poseen cifras oficiales nacionales sobre el acceso a banda ancha, es evidente que su nivel en el país es más bajo aún que la cifra total nacional de acceso a Internet que muestra la tabla 2 y la de Bogotá (27,8%) (Departamento Nacional de Estadística [Dane], 2009)⁴.

Tabla 2. *Acceso a Internet (banda ancha)*

¿Tienes banda ancha en tu casa?		
Opciones de respuesta	Frecuencia de respuesta	Número de respuestas
Sí	86,6%	71
No	12,2%	10
No lo sé	1,2%	1
Total nacional Internet (Dane, 2009)	12,8% +	
Total de respuestas		82
NS/NR		0

Otro resultado sugestivo lo encontramos en que el principal lugar de acceso a Internet no

4 Estos porcentajes corresponden a las personas de 5 años o más que usaron Internet en los últimos doce meses, según el sitio de utilización.

es ni el trabajo (30,5%), ni el lugar de estudio (0%), ni los cafés internet (1,2%), sino el mismo hogar (67,1%). Lo que de nuevo se contrapone a los totales nacionales, los cuales informan que los cafés internet ocupan el primer puesto (47%), seguidos del hogar (44%), el trabajo (26%) y las instituciones educativas (24%) (Dane, 2009).

Pero la cifra más diciente en el tema de la penetración de la tecnología es el número de personas que afirman no tener ninguno de los aparatos electrónicos propuestos en el cuestionario: un contundente cero (véase tabla 3). Puede que haya quienes no puedan o no quieran tener celular, una consola de juegos o un computador portátil, pero todos y todas, sin excepción alguna, poseen por lo menos un dispositivo tecnológico; es más, 76 de los 82 sujetos participantes reportan tener por lo menos dos dispositivos; lo cual presenta dos tendencias importantes: una, los jóvenes y las jóvenes viven en una *diversificación mediática* y tecnológica; y dos, comienzan a considerarse *dueños*⁵ de la tecnología, lo que marca una independencia fundamental para ellos y ellas, ya que no sólo no tienen que compartirla en tiempo y espacio con los sujetos adultos sino que, además, pueden hacerlo en mayor cantidad, de forma individualizada y según sus prioridades (cf. Morduchowicz, 2008, pp. 37-8).

5 En el cuestionario no preguntamos si los jóvenes y las jóvenes habían sido quienes directamente compraron el dispositivo, sino únicamente si lo consideraban como suyo. Así, puede existir el caso de que muchos de estos aparatos sean una propiedad familiar; sin embargo, los sujetos jóvenes se sienten sus dueños, y los emplean y los reportan como tal.

Tabla 3. *Aparatos electrónicos (1)*

¿Cuáles de los siguientes aparatos electrónicos posees? (Marca todas las que corresponda)				
Opciones de respuesta	Frecuencia de respuesta	Número de respuestas	Total Colombia	Promedio global (McCann, 2007)
Celular	96,3%	77	83,8%	s. d.
iPod (u otro reproductor)	70,0%	56	s. d.	62,0%
PDA	8,8%	7	s. d.	14,0%
Portátil	53,8%	43	s. d.	51,0%
Cámara digital	82,5%	66	s. d.	80,0%
Consola de juegos	27,5%	22	s. d.	s. d.
Netbook	5,0%	4	s. d.	s. d.
Ninguno	0,0%	0	s. d.	-
Total de respuestas		80		
NS/NR		2		

Ello hace que las nuevas tecnologías sean parte integral de la vida de los jóvenes y las jóvenes de la muestra, como lo revelan las respuestas de la tabla 4. No es de extrañar que el porcentaje más alto corresponda al celular, y que tal porcentaje sea apenas superior a los totales nacional y de Bogotá (el cual es del

91,2%.) (Dane, 2009), y que absolutamente todos y todas quienes poseen uno lo lleven consigo la mayor parte del tiempo. Lo mismo se podría decir en los casos de los reproductores de música y del pequeño porcentaje de quienes tienen una PDA.

Tabla 4. *Aparatos electrónicos (2)*

¿Cuáles de los siguientes aparatos llevas contigo la mayor parte de las veces que sales de casa?			
Opciones de respuesta	Frecuencia de respuesta	Número de respuestas	Porcentaje global (McCann, 2007)
Celular	96,3%	77	97,0%
iPod (u otro reproductor de música)	58,8%	47	43,0%
PDA	7,5%	6	s. d.
Portátil	22,5%	18	25,0%
Cámara digital	41,3%	33	22,0%
Netbook	2,5%	2	s. d.
Ninguno	1,3%	1	0,0%
Total de respuestas		80	
NS/NR		2	

Obviamente, una de las características definitorias de todos los anteriores dispositivos es precisamente su movilidad. Pero dos datos sí llaman poderosamente la atención: primero, la enorme similitud de los datos de la muestra frente a los promedios mundiales de la encuesta de la firma Universal-McCann (2007); según ello, estos sujetos jóvenes se equiparan en su consumo de dispositivos tecnológicos a los jóvenes y las jóvenes del resto del mundo, con lo que aparece manifiestamente el espectro de la globalización. Segundo, que los sujetos participantes le den tanta importancia a las cámaras digitales; casi la mitad de las personas participantes afirma que sus cámaras digitales

los acompañan casi todo el tiempo. ¿A qué se debe este fenómeno? ¿Tendrá alguna relación con la fuerza de las redes sociales? Estas son algunas de las primeras preguntas que dejan estos resultados.

Otros datos reveladores provienen del tiempo de exposición a la tecnología y de la distribución de éste. Salvo en el caso de los videojuegos, todas las actividades consultadas se cuentan por horas: una hora diaria dedicada a hablar por celular; de 2 a 4 a chatear; otro tanto a navegar por Internet y, finalmente, de 5 a 9 horas a utilizar el computador en otras actividades diferentes a las anteriores.

Tabla 5. Frecuencia de uso

9. ¿Con qué frecuencia haces las siguientes actividades?									
	Más de 10 horas al día	5-9 horas al día	2-4 horas al día	1 hora al día	2-6 horas a la semana	1 hora a la semana	Menos de 1 hora a la semana	Nunca	Response Count
Ver TV	1.3% (1)	1.3% (1)	41.8% (33)	26.6% (21)	15.2% (12)	6.3% (5)	5.1% (4)	2.5% (2)	79
Chatear	2.6% (2)	17.1% (13)	22.4% (17)	14.5% (11)	11.8% (9)	10.5% (8)	11.8% (9)	9.2% (7)	76
Navegar por Internet	16.3% (13)	25.0% (20)	41.3% (33)	5.0% (4)	6.3% (5)	3.8% (3)	2.5% (2)	0.0% (0)	80
Utilizar el computador (en actividades diferentes a las anteriores)	26.9% (21)	28.2% (22)	24.4% (19)	9.0% (7)	7.7% (6)	2.6% (2)	1.3% (1)	0.0% (0)	78
Hablar por celular	3.8% (3)	7.5% (6)	12.5% (10)	28.8% (23)	15.0% (12)	15.0% (12)	13.8% (11)	3.8% (3)	80
Jugar videojuegos	0.0% (0)	0.0% (0)	7.8% (6)	2.6% (2)	10.4% (8)	9.1% (7)	28.6% (22)	41.6% (32)	77
	<i>answered question</i>								80
	<i>skipped question</i>								2

Por otra parte, la dispersión entre los diferentes porcentajes también nos muestra tendencias notables. Por ejemplo, no existen marcadas diferencias porcentuales en las respuestas sobre el chatear; lo que nos da a entender que si bien es una actividad que es realizada por casi todos (solamente 7 participantes dicen no hacerlo), su importancia es más relativa para la muestra que otras actividades. Lo que no sucede en el uso del computador y en la navegación en Internet; estas dos actividades están concentradas fuertemente en las opciones de tiempo más altas que se proponían (entre 2 a más de 10 horas diarias): 79,5% para la primera y 82,6% para la segunda. O, dicho de otra manera, son muy pocos los sujetos jóvenes de la muestra que no pasan mucho de su tiempo en el computador, sea navegando o empleándolo para otras tareas, y *ninguno* que no lo haga. En este caso, de nuevo en comparación con los totales nacionales, la muestra exhibe porcentajes que los doblan: en

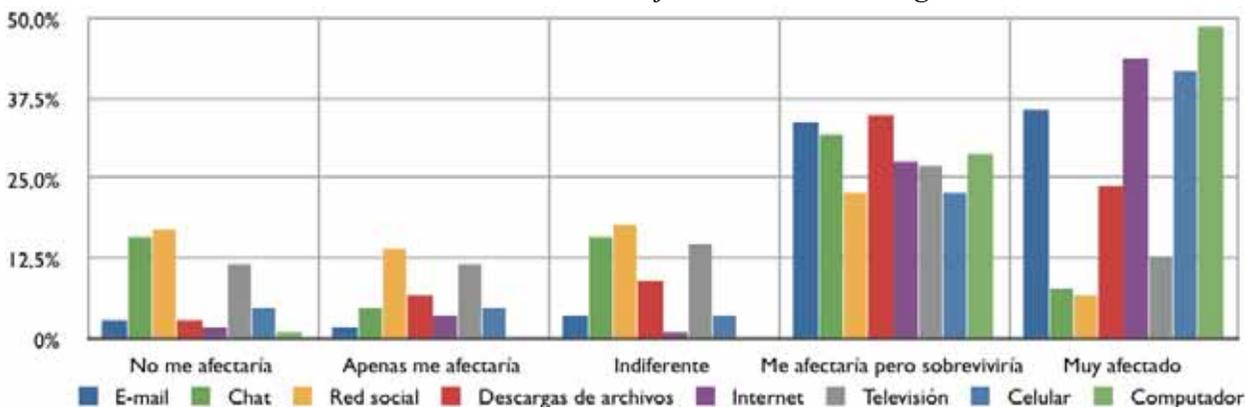
Colombia el empleo diario de Internet está en el 47,5% y el del computador (por lo menos en el último año) en el 46,4% (Dane, 2009). Bien se podría argumentar que el anterior fenómeno se debe a que simplemente la muestra no es significativa de la población colombiana; sin embargo, siguiendo la misma línea de razonamiento, muy posiblemente se podría decir que sí lo es de los jóvenes y las jóvenes de los sectores medios bogotanos. ¿Acaso este nivel de penetración de la tecnología es común en Bogotá? ¿O definitivamente la muestra es por completo excepcional?

Uno de los pocos estudios cercanos al presente fue el desarrollado en el programa de Publicidad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano por el profesor Mastrodoménico (2008) sobre las tendencias de consumo en un grupo de 411 universitarios y universitarias bogotanos. Su conclusión fue que “el apego excesivo a las nuevas tecnologías es más la excepción que

la norma” (p. 23). Sin embargo, por el tema general de dicha investigación, lo único que se consultó fueron el tiempo que pasaban los sujetos participantes hablando por celular y por chat (con resultados que se podrían equiparar con los presentes) y qué dispositivo pensaban comprar, lo que parece que difícilmente soporta su conclusión. Por su parte, los resultados de la investigación “Los mundos de vida de niñas, niños y jóvenes mediados por las pantallas”, desarrollada también en Bogotá por un equipo liderado por Muñoz (2010), soportan el alto nivel de penetración y, sobre todo, la alta valoración que le otorgan a la tecnología los jóvenes y las jóvenes de la capital colombiana. Por ejemplo, en palabras de uno de los miembros del equipo (Peláez, 2010), más allá de diferencias étareas o sociales la característica común de los sujetos jóvenes estudiados es “un deseo de inmersión en estas tecnologías, de mantenerse conectados y conectadas” (p. 18). Por su parte, Galindo (2010) también concuerda con lo anterior al afirmar que si bien hay diferencias entre las cualidades de los dispositivos que poseen los jóvenes y las jóvenes de los diferentes sectores socio-económicos, las coincidencias en relación con la disposición al uso de la tecnología entre todos los sujetos jóvenes son altísimas.

Buscando precisamente medir el nivel de valoración e inclinación hacia la tecnología, en el presente estudio hicimos la siguiente pregunta a los sujetos jóvenes: si por alguna razón tuvieras que cancelar (o no tener acceso) a los siguientes servicios, ¿cómo te afectaría? Como se ve en los resultados de la gráfica 5, por lo menos en esta muestra hay señales que apoyan la conclusión del estudio de Muñoz et. al. El máximo valor que alcanzan las tres primeras opciones es del 20% (en los casos de las redes sociales y el chat). Lo que no creemos que signifique que éstas necesariamente sean las menos apreciadas, sino que se reconoce que su principal función (la comunicación) puede ser realizada de otras maneras (Internet y celulares). Mas, en general, sí le dan una notoria importancia a las diferentes tecnologías que fueron sondeadas; resultados que son similares a los de Morduchovicz (2008) y que respaldan su conclusión de que “el medio que más valoran es también el que más utilizan y al que más acceden (...) [En otras palabras] lamentan perder lo que más tienen y utilizan” (p. 77), lo que establece una relación directa entre valoración y uso (cf. nota 6).

Gráfica 5. Valoración subjetiva de las tecnologías



Estos resultados apuntan a afirmar que estos sujetos jóvenes hacen parte de la *generación net* (Taspscott, 1998) y que están efectivamente “perdidos” en las pantallas. No obstante, al analizar los datos de la tabla 6 vemos que la situación podría también tener un tinte distinto; una lectura de estas cifras indicaría que los jóvenes y las jóvenes no son adictos de la

tecnología sino que simplemente están usando las herramientas que la misma sociedad les está dando para trabajar. Ya sea como instrumento de trabajo (formal o informal), para estudiar, para comunicarse o para investigar; ésta es la herramienta que se les demanda, tanto a ellos y a ellas como al resto de nosotros.

Tabla 6. Usos Internet

Utilizas Internet primordialmente para (marca todas las que corresponda)		
Opciones de respuesta	Frecuencia de respuesta	Número de respuestas
Trabajar	76,3%	61
Estudiar	62,5%	50
Comunicarme con otras personas (por chat, e-mail, etc.)	80,0%	64
Buscar información	80,0%	64
Divertirme	51,3%	41
Leer noticias	48,8%	39
Descargar archivos	72,5%	58
Ver videos	51,3%	41
Otra (por favor especifica)	8,8%	7
Total de respuestas		80
NS/NR		2

Lo cual se ve sustentado en los resultados, tanto por los altos porcentajes que se le otorgan a la red como un instrumento para realizar dichas actividades, como también por algunos de los comentarios adicionales que se recibieron en la encuesta y que hablan precisamente de cómo la tecnología es, simple y sencillamente, una *exigencia* para el trabajo y para el estudio.

2. Techno-sapiens

People under thirty (...) learned to speak digital as a mother tongue.

-Sir Ken Robinson

La tecnología es tecnología únicamente para las personas que nacieron antes de que fuera inventada.

-Alan Kay

Este tópico tiene de nuevo que ver con el imaginario común sobre la relación jóvenes-tecnología: dado que parecen vivir pegados y pegadas a las pantallas, damos por sentado la experticia de los jóvenes y las jóvenes en la materia. En consonancia con ello, Tapscott (1998) afirma que por primera vez en la historia los sujetos jóvenes “saben más que sus padres sobre una innovación esencial para la sociedad y se sienten más a gusto con ella que sus progenitores”, generando ya no una brecha generacional, sino un *salto generacional*: “niños que alcanzan y superan a los adultos en la pista tecnológica, *sobrepasándolos* en muchas áreas

de la vida cotidiana” (pp. 1-31).

Mas, ¿estamos autorizados para creer que nuestros jóvenes y nuestras jóvenes dominan realmente la lengua electrónica de la que nos habla Sir Ken Robinson (2009)? La creencia popular dominante parece no tener reparos en contestar esta pregunta con un rotundo sí. Pero dentro del espíritu de revisión del presente artículo, tendremos que analizarla.

La respuesta que sugieren los resultados del estudio es que todo dependería de con quien se les compare. Si es con sus mayores y nos delimitamos únicamente dentro de nuestro contexto, la respuesta sí pareciera adecuarse con la de la creencia popular dominante y estaría soportada en los resultados: los sujetos participantes reportaron mayoritariamente (93,7%) haber enseñado a una persona adulta a manejar algo relacionado con la tecnología; lo que sumado a las cifras ya presentadas sobre su posesión de computadores y de banda ancha y al tiempo que pasan en línea, parecería no dejar duda alguna.⁶ Pero, por otro lado, lo anterior realmente no nos dice en qué grado se encuentra su alfabetismo digital. Es más, otros de los resultados nos darían a pensar lo contrario, si ahora los comparamos con jóvenes de otras latitudes.

⁶ Como lo menciona Morduchowicz (2008), no hay una relación lineal entre el acceso y el uso de la tecnología: si bien el que una persona no posea un aparato tecnológico de ninguna manera significa que no lo use o no lo sepa usar, su posesión sí se asocia fuertemente con un empleo más extensivo y fluido de éste.

Tabla 7. Conocimiento y empleo de servicios

¿Cuáles de los siguientes servicios o páginas utilizas?								
Opciones de respuesta	Diariamente	Algunas veces a la semana	Una vez por semana	Una vez al mes	Menos de una vez al mes	Nunca	Para ser sincero no lo conozco	Número de respuestas
Facebook	53	15	5	4	0	0	1	78
Youtube	27	23	8	5	10	0	0	73
Google	65	9	1	0	0	1	2	78
Google Académico (Scholar)	12	8	1	5	4	18	19	67
Digg	1	0	0	1	0	15	47	64
MySpace	3	5	3	8	10	31	5	65
Twitter	1	3	0	1	0	16	43	64
Technorati	1	0	1	1	0	13	47	63
Bittorrent	2	4	1	1	3	11	42	64
Skype	12	10	7	7	4	19	14	73
Flickr	4	8	5	4	4	12	25	62
Amazon	1	6	3	1	6	30	18	65
eBay	1	4	4	5	10	20	22	66
rss	2	1	0	1	2	12	45	63
Total de respuestas								79
NS/NR								3

Los resultados son muy marcados: un enorme empleo de Facebook, YouTube y Google, y un desconocimiento extenso de la mayoría de los demás servicios (a los que también podemos sumar los *blogs*, *podcasts* y *videocasts*),⁷ que jóvenes del resto del mundo usan con asiduidad (cf. Universal-McCann, 2008). Ahora, también podríamos retomar uno de los argumentos anteriores y decir que esto tampoco es prueba suficiente del alfabetismo digital. Pero si consideramos la opinión de otros que han explorado el tema (cf. Lewis, 2007), es posible pensar que el que la tecnología sea “natural” para los jóvenes y las jóvenes, y que en general tengan más práctica con ella que los sujetos adultos, no los hace de ninguna manera expertos. Esta es una cuestión que queda por resolverse. Sin embargo, proponemos un culpable, sino único, por lo menos con una carga importante, de que los sujetos jóvenes de la muestra desconozcan servicios tan extensamente conocidos como Twitter: la barrera idiomática. Siendo el inglés el lenguaje predominante de Internet, el que no lo dominen limita extensamente los

posibles servicios a los que puedan acceder. En conclusión, comparados con la mayoría de las personas adultas, los jóvenes y las jóvenes en general parecen aprovechar la ventaja de ser ellos y ellas en quienes recae la transferencia de los conocimientos referidos a la tecnología (lo que Morduchowicz llama *retrosocialización*). Se debe tener en cuenta que, a diferencia de los sujetos adultos, el aprendizaje de la tecnología no es una opción para los niños, niñas y jóvenes, sino que es casi una obligación social; simplemente se espera que la posean (dado que es un fuerte marcador social) y que la dominen. Mas, el que podamos hablar de una *experticia generalizada*, tal vez sea demasiado arriesgado.

3. Facebook y el fin de las relaciones sociales

*Ya no nos tocamos, ya no nos miramos a los ojos, ya no lloramos.
Nadie llora por Internet.
–Beatriz Álvarez*

Es bastante claro -tanto en los resultados de este estudio (véase tabla 6), como en los de otros (v.g. Morduchowicz, 2008)- que la principal

⁷ Según la respuesta a otras preguntas no presentadas en este informe.

función del computador para los jóvenes y las jóvenes es la comunicativa, y que lo perciben como una herramienta social. Es así que han adoptado con fervor servicios como el chat, la mensajería instantánea y las redes sociales. Para los sujetos jóvenes éstas no son sino formas fáciles de comunicarse ya que, simple y sencillamente, todos sus amigos y amigas las emplean (Dretzin & Maggio, 2008; Kawasaki, 2006); lo que explica que redes como Facebook no sólo ya hayan sobrepasado los 400 millones de usuarios, sino que continúen creciendo a la sorprendente tasa del 700% anual (Nielsen, 2009a). En el caso del presente estudio, absolutamente todos los sujetos participantes dijeron tener por lo menos una cuenta en una red social, la cual utilizan primordialmente para mantenerse en contacto con sus amigas y amigos (81,3%) y para pasar su tiempo libre (57,5%).

Esta abundante mediación tecnológica de la comunicación es la que ha dado lugar a las ansiedades relativas a la pérdida de las relaciones humanas, al menos en su versión ‘cara-a-cara’: parafraseando a Lehrer (2009), las personas adultas se preocupan de que las formas tradicionales de formar comunidad están siendo destruidas, los dispositivos móviles están arruinando la vida familiar y los sujetos jóvenes están abandonando sus verdaderos amigos y amigas por sus “amigos” de Facebook. Todo lo anterior, suponemos, ha hecho que las personas se vuelvan cada vez más solitarias (Álvarez, 2009). Entonces, ¿Facebook está acabando con nuestras relaciones?

Tal vez uno de los más citados estudios para demostrar lo anterior es el de los sociólogos McPherson, Smith-Lovin y Brashears (2006), quienes en su reporte *Social Isolation in America: Changes in Core Discussion Networks over Two Decades* exponen cómo al comparar el tamaño de las redes de relaciones sociales de los norteamericanos y norteamericanas de 1985 con las de 2004 se veía claramente no sólo que éstas habían reducido significativamente su tamaño (haciéndolos cada vez más apartados socialmente) y su diversidad (incluyendo sólo a sus familiares más cercanos), sino que también

éstos tenían menos relaciones con sus vecinos y vecinas y con la comunidad en general, como también eran menos propensos a involucrarse en actividades sociales; lo anterior, para estos autores, indica que los norteamericanos y norteamericanas cada vez estaban más solos.⁸ ¿Cuál es la explicación de tal fenómeno? Según los investigadores, la tecnología tendría un rol definitivo:

While these technologies [los celulares e Internet] allow a network to spread out across geographic space (...) they seem, however, to lower the probability of having face-to-face visits with family, neighbors, or friends in one's home (...). Note that Internet usage may even interfere with communication in the home, creating a *post-familial family* where family members spent time interacting with multiple computers in the home, rather than with each other. They suggest that computer technology may foster a wider, less-localized array of weak ties, rather than the strong, tightly interconncted confidant ties that we have measured here (McPherson, Smith-Lovin, & Brashears, 2006, p. 373).

Como se puede observar, estamos frente a los argumentos clásicos: primero, las personas no se comunican unas con otras por estar frente a las pantallas; y, segundo, la comunicación mediada por la tecnología es incapaz de crear lazos tan fuertes como los que puede lograr la comunicación cara a cara.

En relación con lo anterior, debemos tener presente que la investigación de McPherson et. al no estaba tratando de medir directamente el influjo de Internet en las relaciones sociales; situación que sí estudió la encuesta del Pew Internet Project *Personal Networks and Community*, realizada con una muestra demográficamente significativa de 2.512 participantes norteamericanos (Hampton, Sessions, Her, & Rainie, 2009). Sus resultados

⁸ Desde luego esta conclusión puede ser en sí misma puesta en duda, ya que nuevas formas de individualización no necesariamente implican una mayor soledad.

(resumidos a continuación), en palabras de los autores, “challenge previous research and commonplace fears about the harmful social impact of new technology” (p. 3):

1. El poseer un teléfono celular o el navegar en Internet, en vez de reducir las redes de relaciones, se asocia con mayores y más diversas redes nucleares de discusión,⁹ las cuales son la medida principal de los más importantes lazos sociales de las personas.
2. Cuando se examina toda la red social de un individuo, Internet en general y las redes sociales como Facebook en particular, hacen que ésta sea más diversa.
3. Los usuarios de Internet tienden a visitar a sus vecinos en la misma proporción en la que lo hacen los no usuarios, y no menos como se plantea.
4. Usar Internet no hace que las personas dejen de visitar lugares públicos, sino todo lo contrario: en comparación con quienes no son usuarios habituales de Internet, los usuarios dicen ser un 42% más propensos a ir a un parque público y un 45% más propensos a visitar un café. Es más, tener acceso a Internet se ha vuelto un componente adicional para aquellos que visitan lugares como cafés, restaurantes y bibliotecas.
5. Si bien el celular se ha convertido en uno de los medios más utilizados para mantener contacto con la familia y los amigos más cercanos, todavía la comunicación no mediada por la tecnología es la forma más usada.
6. El número de americanos que verdaderamente están solos o aislados ha crecido frente al de hace 30 años pero muy levemente (cf. Hampton et. al, 2009, pp. 6-11).

Estos resultados son coherentes o también han sido alcanzados por numerosas

investigaciones que, como la del Pew, han sido dirigidas específicamente a medir el efecto de Internet en las relaciones sociales; entre otras: Boase (2008), Boase, Horrigan, Wellman y Rainie (2006), Ellison, Steinfield y Lampe (2007), Kraut et. al (2002), Robinson y Haan (2006), Zhao (2006).

Ahora, según los resultados de la investigación de Peláez (2010), el caso colombiano presenta una imagen opuesta a la presentada por McPherson et. al: la tecnología, en vez de ser supuestamente la culpable de la soledad, es la que le permite a los jóvenes y a las jóvenes escapar de ella; dado que se encuentran solos buena parte del día (puesto que las responsabilidades laborales de sus padres y madres los alejan del hogar), la tecnología “es para ellos una arma de cierta efectividad contra este estado de sus vidas” (p. 18). Y esta nueva forma de estar juntos no es interpretada por los sujetos jóvenes como artificial; según Galindo (2010), este tipo de comunicación para los jóvenes, las jóvenes, las niñas y los niños, “se traduce en sentirse verdaderamente acompañados: no se trata de una compañía virtual artificiosa por la falta de presencialidad; la carencia del contacto *face to face* no significa carencia de contacto sensible” (p. 48). En conclusión, el problema de la soledad juvenil y del suicidio asociado a ella es alarmante (Muñoz, 2010), pero parece que todavía no hay datos que demuestren que la tecnología sea la causa directa e inmediata de esta situación.

Por otra parte, como acabamos de ver, el otro argumento que aparecía es que las relaciones en línea nunca podrán generar lazos tan fuertes y significativos como las físicas. Dicha suposición también ha sido cuestionada por varios estudios. Por ejemplo, Mesh (2005), buscando comparar las relaciones dentro y fuera de la red, entrevistó a 994 adolescentes israelitas. Basado en ese trabajo pudo establecer que si las relaciones formadas en Internet usualmente no son tan fuertes como las cara a cara, no es porque la red no sea apropiada para socializar (dado que no permite transmitir el tipo información emocional compleja que sí es posible en los encuentros físicos, o por cualquier otra debilidad intrínseca

⁹ En la interpretación de los autores, una red nuclear de discusión (*core discussion networks*) está compuesta por el grupo de personas con las que un individuo comparte y comenta lo que para él es más importante.

de la red que la haga impersonal), sino porque tales relaciones, simplemente, tenían menos tiempo de ser y para ser formadas; es decir, cumplían con los requisitos de una relación significativa (intereses y características socio-culturales comunes, confianza, intimidad, etc.), salvo el tiempo que los sujetos les dedicaban a éstas. Asimismo, estudios adicionales han reportado y documentado la existencia de relaciones personales formadas en la red que son significativas, profundas, íntimas, y que proporcionan apoyo y protección (McKenna & Bargh, 2006; Walther & Boyd, 2002), y que incluso se han extendido fuera de ésta para incorporarse a aquellas no mediadas por la tecnología (Hampton & Wellman, 2002).

Coherentemente con lo anterior, sujetos jóvenes entrevistados en un panel organizado por Kawasaki (2006) expresaron que las tecnologías como los mensajes de texto, el chat y, por supuesto, los celulares, muchas veces son empleados como herramientas, no sólo para mantenerse en contacto digitalmente sino para organizar sus reuniones cara a cara. Así las cosas, no las entienden como un reemplazo de las relaciones humanas, sino como un *potenciador* de éstas. Tomando prestadas las palabras de Abbott (1998, p. 17), en este aspecto la tecnología presenta una complementariedad más que una alteridad o un reemplazo. Ya en 1996, un joven de 17 años decía:

I once was isolated and lonely, and the 'net really helped give me solace (...) The advent of home pages gives me an outlet to distribute my thoughts, ideas, and feelings (...) Don't begin to think that I believe the net is a supplement for real human interaction. I think it's a *complement* [énfasis añadido] that can sometimes be a little detrimental. (...) One shouldn't stagnate in the Web - it's not some opiate form of human interaction (Citado por Abbott, 1998, p. 94).

Lo anterior también tiene datos que lo respaldan. Así lo reportan el resultado de la investigación en Argentina de Morduchowicz (2008). Según ésta, las comunicaciones

mediadas por la tecnología no anulan ni sustituyen la vida social de los sujetos jóvenes; es más, pese a todo el tiempo que gastan frente a las pantallas, su opción privilegiada para pasar su tiempo libre es *estar afuera de sus casas con sus amigos* (pp. 95-105). De nuevo, también estudios de otras latitudes muestran que un importante número de usuarios de Internet, en vez de perder lazos sociales, están ganando en *capital social* (Lin & Erickson, 2008, citado por Hampton et. al, 2009) gracias a sus actividades en línea (Gennaro & Dutton, 2007; Rice, Shepherd, Dutton, & Katz, 2007; véase también Harford, 2008).

El otro argumento frecuentemente esgrimido en contra de las redes sociales, y en especial en contra de Facebook, es que éstas quebrantan la estructura misma del tejido social al hacer perder el concepto de amistad (o que, por lo menos, lo alteran); ¿si no es así, cómo entender los 130 amigos que en promedio tiene un miembro de Facebook?¹⁰ Esta pregunta la abordaron los científicos sociales norteamericanos Fowler y Christakis de las universidades de Harvard y California (San Diego) respectivamente (Fowler & Christakis, 2009, citados por Lehrer, 2009). Para lograr desarrollar su investigación convencieron a una universidad norteamericana para que les permitiera analizar las páginas de Facebook de sus estudiantes y así poder analizar el concepto de amistad que éstos demostraban manejar. Desde luego ello implicaba poder distinguir entre los amigos y amigas cercanos de un estudiante o de una estudiante, y sus relaciones más lejanas, lo cual lograron asumiendo que únicamente tales amigos y amigas cercanos colocarían fotos de los participantes en sus propias páginas, ya que su relación no era casual (*cf.* Lehrer, 2009).

Con esa premisa en mente analizaron miles de fotos y páginas encontrando que, según esta medida, cada estudiante tiene sólo 6.6 amigos y amigas cercanos, aunque en Facebook aparezcan listados otros cientos de sus "amigos". Ello llevó a los investigadores a concluir que en realidad la concepción de los

10 Según las estadísticas que ofrece el sitio mismo, en <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (visita marzo de 2010).

jóvenes y de las jóvenes sobre quién es y quién no es su amigo o amiga no ha cambiado *en absoluto*. Según Fowler, “On Facebook, you’ve got a few close friends and lots of people you barely know. Because the cost of information transmission is so low (...) we end up staying in touch with more acquaintances. But that doesn’t mean we have more friends” (Lehrer, 2009, p. 131).

En conclusión, parece que Internet no está en detrimento de las relaciones fuera de la red; sin embargo, hay que anotar que la gran mayoría de los estudios han sido realizados en los Estados Unidos, lo que no permite generalizar respecto a otros contextos y culturas.

4. Los blogs y el fin de la intimidad

Blogs y *mini-blogs* para presentar sus ideas; redes sociales para mostrar sus actividades; sitios de videos (como YouTube) o fotos (como Flickr) para compartir instantáneas de su vida; *webcams* para dejar una ventana abierta en su cuarto... Pareciera que en este nuevo siglo los jóvenes y las jóvenes hubiesen perdido todo sentido de pudor o privacidad; y así lo entendió Sibilia en su libro *La intimidad como espectáculo* (2008), al caracterizar a los medios digitales como los representantes clave de lo que denominó las *nuevas prácticas de la exhibición de la intimidad*:

¿Acaso estamos sufriendo de un brote de megalomanía consentida e incluso estimulada por todas partes? (...) ¿Qué significa esta repentina exaltación de lo banal, esta especie de satisfacción al constatar la mediocridad propia y ajena? (...) Así es como se ha desencadenado un verdadero festival de “vidas privadas”, que se ofrecen impudicamente ante los ojos del mundo entero (...) un espectáculo cada vez más estridente: el show del yo (pp. 12, 32 y 33).

Revisemos sus juicios, aunque por ello caigamos en la categoría que ella misma llama “los acólitos de la cibercultura” (p. 47). Una de sus principales cartas es la sonada aparición de los millones de *blogs* que ahora pueblan el ciberespacio; nos dice:

Es enorme la variedad de estilos y asuntos tratados en los *blogs* de hoy en día, aunque la mayoría sigue el modelo *confesional del diario íntimo* [énfasis añadido]. O mejor dicho: diario *éxtimo*, según un juego de palabras que busca dar cuenta de las paradojas de esta novedad, que consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red (p. 18).

Este es el primer error de algunos de los analistas de los *blogs*: si bien por definición los *blogs* son diarios íntimos -y así fueron empleados en una primera etapa-, su evolución ha ido mucho más allá. En este momento se han dirigido a crear tanto una vertiente que toma una forma alterna o paralela al periodismo (especializándose en temáticas como la política, la tecnología, los deportes, etc.), como otra que simplemente reemplaza las páginas web personales de los años noventa (es decir, páginas multipropósito, mas no únicamente intersubjetivas), combinando en ambas vertientes la pasión, la sinceridad y la inmediatez. Así, no podemos caer en la simplificación de creer que todos los blogs son diarios íntimos, ni siquiera la mayoría; según el informe del estado de la blogosfera de la compañía Technorati (2009), apenas el 15% de todos los *bloggers* encuestados reportaron que el estilo de su *blog* es confesional; todo lo contrario, los consideran conversacionales (63%) y de expertos en un tema (54%).

Su otro pecado, según Sibilia, es que los blogs no sólo no poseen el “aura sagrada” de sus contrapartes físicas (cartas y libros), sino que, además, en ellos los jóvenes y las jóvenes irrespetan el lenguaje:

(...) es habitual el recurso a la transcripción literal de la fonética y el tono coloquial que evoca las conversaciones cotidianas. El estilo de estos escritos no suele remitir a otros textos (...) Su confección no se apoya en parámetros típicamente literarios o letrados (...) Además impera cierto descuido con respecto a las formalidades del lenguaje y las reglas de la comunicación escrita

(...). El vocabulario también es limitado. Si todas esas características se suman al hecho de que suelen practicar una ortografía lastimosa y una sintaxis relajada, en casos extremos los textos de este tipo pueden rozar el límite de lo incomprensible (...) Es *digital trash*... (pp. 45-46 y 307).

¿Acaso estamos ad portas de la muerte de la Real Academia Española? La apreciación general sigue el argumento de Sibilia: el respeto al idioma no tiene cabida en la mente de los sujetos jóvenes. Sin embargo, también en este punto hay voces que dicen lo contrario. Lunsford, de la Universidad de Stanford, realizó una investigación longitudinal (2001-06) en la que recolectó 14.672 ejemplos de la escritura de estudiantes universitarios y universitarias, los cuales van desde trabajos finales hasta *blogs* (Lunsford, Fishman, McGregor & Otuyeye, 2005). Sus conclusiones nos presentan un panorama diferente: dada la primacía de las comunicaciones en línea basadas en texto, los estudiantes y las estudiantes están escribiendo mucho más que la generación previa; además, y esto es lo más importante, identifican su audiencia y adecuan su estilo, tono y técnica de acuerdo con ello; en otras palabras, no escriben en trabajo escolar de la misma manera que lo hacen en su *blog*, y viceversa (cf. Thompson, 2009; véase también Baron, 2009).

La audiencia es el punto clave, pero no precisamente por la búsqueda megalomaniaca. Muchos autores de *blogs*, aunque sepan que sus obras pueden ser vistas por millones, no escriben para la multitud; escriben para su audiencia, la cual constituye más que su público, su *comunidad*: aquellos con los que buscan, antes que nada, *comunicarse*. Por lo tanto, muchos *blogs* son "... un intento de hablar directamente *con*, en vez de *hacia* una audiencia (...). [De ahí que] la escritura en el ciberespacio casi tiene una función oral" (Abbott, 1998, p. 86). Lo cual es replicable a otras formas de supuesta "exhibición triunfante" que ve Sibilia: Facebook, Twitter (e incluso YouTube) son utilizadas *fundamentalmente* como herramientas de comunicación, no como

plataformas de exhibición (véase Tabla 6). Otra cosa es que quien produce el contenido muchas veces olvida que cualquiera lo puede ver, y quien lo recibe (o lo analiza) muchas veces olvida que el mensaje no es para él. Según Shirky (2008) "Most user-generated content isn't 'content' at all, in the sense of being created for general consumption, any more than a phone call between you and a relative is 'family-generated content'" (pp. 85-86). Lo que también explica el "abuso" del lenguaje y su "pobreza narrativa" (Sibilia, 2008, p. 50); como también lo plantea Shirky (2008), usualmente los sujetos adultos mal interpretamos muchos de los contenidos generados por el usuario o usuaria joven como "*digital trash*" (basura digital), dado que no estamos acostumbrados a encontrarnos con contenidos supuestamente públicos, pero que en realidad no estén dirigidos a nosotros (o a una audiencia de miles); sin embargo, precisamente muchos de los videos de YouTube, de los *blogs* o de los comentarios de Twitter, están dirigidos a audiencias extremadamente pequeñas (su comunidad), para la que lo publicado no es basura. Así, lo que sucede es que la línea entre lo público y lo privado ha sido borrada por las herramientas tecnológicas utilizadas, haciendo que los unos olviden que lo que creen puede ser visto por cualquiera, y los otros olviden que todo es "público pero no para todo público" (Shirky, p. 90); en otras palabras, una cosa es que los jóvenes y las jóvenes hayan aumentado su visibilidad social gracias a la simplicidad de las herramientas digitales (que han desmonopolizado la publicación), y otra muy distinta es que todos y todas entiendan al mundo como su público. Y por otra parte, tampoco crean y distribuyen estos contenidos como análogos a los medios previos, esto es, ni los *blogs* son escritos como libros, ni los videos son filmados como películas. Hay tal diferencia en su concepción, desarrollo y distribución, que no permite el compararlos justamente.

Un último argumento de los no-acólitos de la tecnología: el exhibicionismo de los sujetos jóvenes llega hasta el punto de que:

(...) suelen pensar que su presuntuoso yo tiene derecho a poseer una audiencia, y a

ella se dirigen como autores, narradores y protagonistas de tantos relatos, fotos y vídeos con tono intimista. Por lo menos en los Estados Unidos, se calcula que más de la mitad de los jóvenes publican sus datos biográficos e imágenes en Internet, sin ninguna inquietud con respecto a la defensa de la propia privacidad ni tampoco la de sus amigos, enemigos, parientes y colegas que también suelen habitar sus confesiones audiovisuales (Sibilia, *ibíd.* p. 88).

No insistiremos en que la audiencia no es vista como un público. Pero, ¿cómo escapar del hecho de que no tengan pudor con sus datos personales, incluso al ser esto potencialmente tan peligroso? Desde luego la pérdida de la privacidad es uno de los grandes temores en el ciberespacio y una cuestión para nada sencilla, que no pretendemos examinar esto en unas pocas líneas. Así que sólo plantaremos un par de puntos para poner esta cuestión en perspectiva. Según la última investigación del Pew Internet & American Life Project sobre el tema (Madden, 2010, citada por Kang, 2010), la mayoría de los encuestados y encuestadas dicen que les inquieta mucho su privacidad en línea;

no obstante, *hacen poco o nada por cuidarla*; es decir, no se preocupan por controlar quién tiene acceso a su información personal. Esto, unido al hecho de que muchos de los nuevos medios y servicios tienen como opción predeterminada el mostrar dicha información, hace que el exhibicionismo parezca aún más extendido. Sin embargo, como vemos, es mayormente un problema de omisión, no una elección por gusto. En otras palabras, es una cuestión de ingenuidad o falta de conocimiento de los *usuarios y usuarias*¹¹, no de exhibicionismo, lo que tarde o temprano podrá llegar a ser superado. Y ante todo lo precedente, ¿qué tienen que decir los jóvenes y las jóvenes de la muestra? ¿Qué tan exhibicionistas son? Como nos muestra la tabla 8, y para tranquilidad de todas las personas angustiadas, los sujetos jóvenes no son tan abiertos y “espectacularizados” como se esperaría. Los datos presentan que éstos mantienen un celo sobre a quién autorizan para acceder a sus contenidos, y sólo un pequeño porcentaje permite que cualquier persona tenga acceso a sus contenidos personales (*véase también* Galindo, 2010).

Tabla 8. *Privacidad*

¿Permites que las siguientes personas vean el contenido de tus páginas personales en servicios como Facebook, MySpace, Hi5, Ficker, etc.?		
Opciones de respuesta	Frecuencia de respuesta	Número de respuestas
Cualquier persona	5,1%	4
Todos mis amigos o familiares	60,8%	48
Solo algunos de mis amigos o familiares	31,6%	25
Nadie	2,5%	2
No utilizo esos servicios	0,0%	0
Total de respuestas		79
NS/NR		3

11 Hablamos aquí de usuarios y usuarias y no exclusivamente de los sujetos jóvenes, para subrayar dos hechos: primero, el cuidado inapropiado de la información personal no es un problema exclusivo de los jóvenes y de las jóvenes, sino también de las personas adultas (Buley, 2009); segundo, aunque los *blogs*, *mini-blogs* y

las redes sociales sigan siendo interpretadas como herramientas de jóvenes, en realidad actualmente ellos y ellas las emplean cada vez menos, mientras que los sujetos adultos son quienes más las utilizan (Lenhart, Purcell, Smith, & Zickuhr, 2010).

5. Google y el fin de la inteligencia

It is very likely that our students' brains have physically changed

–Marc Prensky

En 2008 el periodista Nicholas Carr publicó un artículo en la respetada revista *The Atlantic* que prendió las alarmas de los no-acólitos de la tecnología: “*Is Google Making Us Stupid?*” En éste argüía que el uso prolongado que él le había dado a Internet había acabado con su capacidad para concentrarse en la lectura de libros. Pero más allá de su anécdota personal, Carr le presentó a la sociedad norteamericana varios estudios sobre los cambios neurológicos producidos por nuestra interacción (y en especial la de los jóvenes y las jóvenes) con la tecnología, sobre los cuales cada vez hay más evidencias. Es por ello que a la fecha muy pocos neurocientíficos dudan de que nuestras repetidas y constantes interacciones con la tecnología estén alterando nuestro cerebro (gracias a su plasticidad),¹² al gradualmente fortalecer nuevas conexiones neuronales; por ejemplo, ha sido establecido que tan sólo cinco horas de práctica en una tarea del mundo digital (v. g. hacer búsquedas en Google) son suficientes para crear nuevas conexiones en el cerebro de personas que nunca habían utilizado Internet (Small, Moody, Siddarth, & Bookheimer, 2009).

No obstante, el tono de Carr en su artículo era de pérdida, no de ganancia: “as we come to rely on computers to mediate our understanding of the world, it is our own intelligence that flattens into artificial intelligence” (2008), uniéndose en un coro de artículos, especiales de televisión y libros (v. g., Appleyard, 2008; Bauerlein, 2008; Dretzin & Maggio, 2008; Jackson, 2009; Palmer, 2007) que se han dedicado a profetizar la entrada a un nuevo Oscurantismo gracias a que las nuevas tecnologías están creando una generación de jóvenes distraídos, incapaces de leer, sin habilidades sociales y, por supuesto, estúpidos. Por ejemplo, Jackson no deja duda de la dirección de esta postura: “As our attentional skills are squandered, we are plunging into a culture of mistrust, skimming

and a dehumanising merger between man and machine” (2009, p. 16).

La verdad es que ya se ha establecido que los jóvenes y las jóvenes que tienden constantemente a realizar múltiples tareas digitales a la vez¹³ poseen una reducida habilidad para filtrar cualquier interferencia del medio, haciendo que su atención cada vez sea más pobre (Ophir, Nass, & Wagner, 2009). Ello abre la perentoria discusión educativa, social y psicológica de cómo tratar con este problema, al cual ya se ven docentes confrontados alrededor del mundo. Lo que probablemente no signifique que los sujetos jóvenes se estén deshumanizando, como nos dice Jackson, a menos que la habilidad de mantener la atención sea lo que nos defina como humanos.

Por su parte, las redes sociales, como podríamos ya esperarlo, también ya han sido puestas en la mira de los críticos. Científicos como Susan Greenfield han acusado, a través de los medios, a sitios como Facebook, Twitter y Bebo, de alentar la gratificación instantánea y hacer que los jóvenes y las jóvenes sean más egocéntricos e incapaces de medir las consecuencias de sus actos (Derbyshire, 2009), los cuales, hay que hacerlo notar, son los mismos argumentos que se han esgrimido contra los videojuegos, los computadores e Internet en general por más de 15 años.¹⁴ Pero más allá de mostrar casos extremos e inferencias posibles, infortunadamente las pruebas científicas directas escapan de las argumentaciones de Greenfield y de otros que siguen este tipo de posturas.

Ahora -y siguiendo la estructura de nuestro documento de presentar posiciones alternas a las apocalípticas- también hay neurocientíficos que consideran que estos cambios en el cerebro de sujetos jóvenes y adultos no son tan sombríos como suele presentarse, y que en general no van en detrimento de nuestras habilidades previas. Small y Vorgan (2008), basándose en los resultados de sus investigaciones, nos dicen:

Whether we're digital natives or

12 La plasticidad neuronal es la capacidad del cerebro para cambiar, creando nuevas conexiones o debilitando las previas.

13 Lo que usualmente se describe con el extranjerismo *multitasking*, tomado del inglés.

14 Véase, por ejemplo, los muchos ejemplos de este tipo de afirmaciones sin ninguna prueba científica que denuncia Tapscott (1998).

immigrants, altering our neural networks and synaptic connections through activities such as e-mail, video games, Googling or other technological experiences does sharpen some cognitive abilities. We can learn to react more quickly to visual stimuli and improve many forms of attention (...) We develop a better ability to sift through large amounts of information rapidly and decide what's important and what isn't (...) [Incluso] digital evolution may well be *increasing our intelligence* in the way we currently measure and define IQ. Average IQ scores have been steadily rising with the advancing digital culture, and the ability to multitask without errors is improving (p. 49).

Por otra parte, Morduchowicz (2008) no parece para nada segura de que las nuevas tecnologías estén afectando la cantidad de lectura de los sujetos jóvenes. Luego de analizar los datos de un estudio en el que participaron 3300 jóvenes de Argentina, encontró que la lectura era una de las tareas menos apreciadas (como era de esperarse), mas ello no implicaba que entre más tecnología tuviesen a su disposición los jóvenes y las jóvenes leyesen menos, sino todo lo contrario: que quienes emplean el computador para hacer su tarea y buscar información resultaron ser los mayores lectores (p. 89). Por lo tanto, nos dice que dichos resultados:

(...) permiten refutar el viejo prejuicio de que la televisión, y más recientemente la computadora, conspiran contra la lectura y son responsables de que los chicos y los jóvenes lean menos. [Ello dado que] *los medios no se desplazan entre sí: se complementan.* (...) No hay antinomias entre los medios [incluidos los libros] porque la utilización de un medio no excluye la utilización de otro: lo que se produce es una suma (p. 87).

Desde luego todavía habrá mucho por investigar antes de llegar a una conclusión definitiva sobre este punto, para ver cuál de los dos bandos tiene la razón o para descubrir, como suele suceder, que la respuesta descansa

en el medio. Mas algo parece manifiesto: si las habilidades que los jóvenes y las jóvenes están desarrollando son precisamente las que su cerebro necesita para sobrellevar la sociedad de la información, ¿cuál es el duelo? Cuando apareció la palabra escrita desapareció la capacidad de guardar grandes piezas de información en nuestra memoria; cuando aparecieron las calculadoras desapareció la capacidad de realizar complejas (y sencillas) operaciones matemáticas mentalmente; y cuando aparecieron los computadores cambió nuestra habilidad para redactar textos. Cada una de estas “pérdidas” (y muchas más) siempre han tenido su cuota de dolientes (incluso ilustres)¹⁵ que han recibido a las reemplazantes con temor, escepticismo y condena, mas no por ello se ha detenido su avance. ¿No es exactamente la misma situación en la que nos encontramos actualmente?

IV. Conclusiones

We have really no idea how young people are using technology

—Guy Kawasaki

Los bits que controlan ese futuro digitalizado están, más que nunca antes, en manos de los jóvenes. Y nada podría hacerme más feliz.

—Nicholas Negroponte

Luego de recorrer las diferentes posturas y resultados que hemos revisado, ¿qué podemos concluir frente a las subpreguntas que guiaron el estudio y, en consecuencia, frente a nuestra revisión de las aseveraciones e imágenes sobre la relación jóvenes-tecnología? Lo más importante que nos enseñan es que, dada la cantidad de variables culturales, económicas y sociales en juego, sumadas a la marcada polaridad de los argumentos a favor y en contra, es *necesario* realizar más investigaciones que permitan soportar o desechar todo este imaginario que rodea el tema y que, como hemos visto, se basa más en anécdotas,

15 Recordemos a Platón criticando a la escritura; a Thoreau al telégrafo; a Nietzsche a la máquina de escribir; y a ellos les podemos sumar figuras como las de Theodor Adorno, Herbert Marcuse y Jacques Ellul, por sólo citar algunos.

inducciones incorrectas, temores infundados y prejuicios que en *verdaderas y definitivas* pruebas. Aunque no se lo diga, muchos de los argumentos negativos caen en la forma del “todo tiempo pasado fue mejor”, como si se pensara que las únicas experiencias válidas son las que los sujetos adultos tuvimos a su edad.

De manera tal que hay mucho que explorar y muy poco de donde asirse; y nos referimos sobre todo a datos cualitativos. Las estadísticas son fundamentales, pero no nos permiten entender mucho de lo que sucede.

La segunda conclusión, derivada de lo anterior, es que podemos al menos proponer *medida ante tanta neurosis*. El fenómeno tecnológico es en definitiva una característica connatural a nuestra época y una fuerza de cambio incontenible, pero ello no implica que no se deba -como hemos tratado de mostrar en estas líneas- bajar el tono extremista y facilista con el que nos hemos encontrado, hasta tanto no encontremos las pruebas. Desde luego no estamos negando totalmente las apreciaciones de analistas como Sibilia. Como decíamos al comienzo, dudar de los cambios de los últimos 25 años sería tratar de tapar el sol con un dedo y no hay manera de que pretendamos o deseemos hacer tal cosa; de tal forma, es innegable que hay jóvenes que se exhiben, que están perdiendo su relación con la realidad, que son adictos a la tecnología, etc.; pero lo que no se puede hacer es presentar esos casos como *lo que está pasando con la juventud*. Hay miles de cosas ocurriendo dentro y en torno a la relación entre los sujetos jóvenes y los nuevos medios: millones de interacciones, millones de contenidos, millones de datos; y con números tan grandes es fácil creer que cualquier tendencia de algunos cientos o miles es generalizable. Pero tenemos que recordar la advertencia de Gurak: “Decir ‘Internet’ es como decir ‘el mundo’” (2004, p. 228, citado por Scolari, 2008). Lo cibercultural es tan complejo como cualquier otra dimensión cultural y debería ser tratado con la misma seriedad.

Confiamos en que a esta altura sea claro que la pretensión de este pequeño estudio exploratorio no es la de presentar certezas sino demostrar lo poco que conocemos y justificar lo mucho que podemos investigar en el tema

de las interacciones de la población joven y la tecnología. Dicho de otra manera, la pregunta general sobre cómo son dichas interacciones (específicamente dentro del contexto colombiano) está completamente abierta, como abierta también es nuestra presentación y nuestra caracterización de ‘joven’ y ‘tecnología’; aquí sólo estamos explorando su superficie. Pero sí aparecen ya cuestiones que pueden guiar los caminos a seguir; entre otras: ¿cómo se ven y entienden a través de la tecnología nuestros sujetos jóvenes?, ¿en qué grado realmente están impactando las nuevas tecnologías la formación de nuestros niños, niñas y jóvenes?

Otro punto que quisiéramos subrayar es que las más interesantes “revoluciones digitales” no se están dando en esos lugares comunes de análisis, llámense las trilladas disputas sobre el uso de los computadores en la escuela, los gritos de socorro por la “rapidez deshumanizante” de las tecnologías, el estudio de la famosa interactividad o las publicitadas adicciones a la tecnología. Lo verdaderamente sugestivo de lo cibercultural en este momento se encuentra en cuestiones mucho más sutiles, pero no por ello menos poderosas: la creación de comunidades en las que dar es tan o más importante que recibir, las nuevas formas de filantropía (digital, desde luego), el empoderamiento de los individuos que ahora se dan cuenta que pueden ser oídos sin tener que llamar a su estación de radio preferida, la posibilidad de romper la barrera de la censura incluso en los países más “exitosos” en mantenerla como la China e Irán, el *crowdsourcing*, la personalización de contenidos, la corriente del software libre y de *creative commons*, etc. Todas estas situaciones implican interacciones más allá de las gastadas categorías sobre lo tecnológico, y necesitan ser estudiadas.

Finalmente, el objetivo último de estas líneas era recordar que si se quiere entender a los jóvenes y a las jóvenes, antes de cualquier cosa, hay que darles la palabra y *escuchar atentamente lo que tienen y quieren decir*. El error que hemos visto repetirse una y otra vez es una mirada adulta y prejuiciosa frente a los sujetos jóvenes; análisis que pretenden diseccionar las relaciones jóvenes-tecnología a partir del modelo adulto (olvidando que los

jóvenes y las jóvenes viven la tecnología de forma diferente) y que terminan, en palabras de Reguillo "... trabajando con conceptos y categorías totalmente insuficientes para el análisis juvenil" (Reguillo, 2009). Lo que para las personas adultas es exhibición, ellos y ellas lo ven como un compartir; lo que es calificado de búsqueda de protagonismo, ellos y ellas lo ven como cooperación.

Se trata entonces de aprender a escuchar a los niños, niñas y adolescentes para descubrir lo que tratan de decir (...) partir del lugar en el que ellos y ellas efectivamente se encuentran, y no desde donde la sociedad cree que están o pretenden que estén (Morduchowicz, 2008, p. 25).

Por lo tanto, cuando este modelo está tan alejado tanto del colectivo de jóvenes como de la tecnología (como lo hemos pretendido mostrar), el lente de esta mirada termina estando lo bastante desenfocado como para perderse de toda la riqueza que podría obtener.

Lista de referencias

- Abbott, C. (1998). Making connections: Young people and the Internet. En: J. Sefton-Green (Ed.) (1999). *Digital diversions: Youth culture in the age of multimedia*, (pp. 84-105). Londres: Routledge. Recuperado el 16 de agosto de 2009, de: <http://books.google.com>
- Álvarez, B. (2009, 2 de septiembre). La soledad de la iGeneration. *Boletín de la sociedad de la información*. Recuperado el 5 de mayo de 2010, de: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com>
- Appleyard, B. (2008, 20 de julio). Stooooopid... why the Google generation isn't as smart as it thinks: The digital age is destroying us by ruining our ability to concentrate. *The Sunday Times*. Recuperado el 14 de octubre de 2009, de: http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/the_web/article4362950.ece, el
- Baron, D. (2009). *A better pencil: Readers, writers, and the digital revolution*. New York: Oxford University Press.
- Bauerlein, M. (2008). *The dumbest generation: How the digital age stupefies young Americans and jeopardizes our future (or, don't trust anyone under 30)*. New York: Jeremy P. Tarcher/Penguin.
- Boase, J. (2008). Personal networks and the personal communication system. *Information, Communication & Society*, 11(4), pp. 490-508. doi:10.1080/13691180801999001.
- Boase, J., Horrigan, J., Wellman, B. & Rainie, L. (2006). *The strength of Internet ties*. Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://www.pewinternet.org>,
- Buley, T. (2009, 28 de septiembre). When social media bites. *Forbes*. Recuperado el 14 de junio de 2010, de: <http://www.forbes.com>
- Carr, N. (2008, julio-agosto). Is Google making us stupid? *The Atlantic*, 301(6). Recuperado el 14 de junio de 2010, de: <http://www.theatlantic.com/doc/200807/google>
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2009). *Uso y penetración de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en hogares y personas*. Recuperado el 10 de julio de 2010, de: <http://www.dane.gov.co>
- Derbyshire, D. (2009, 24 de febrero). Social websites harm children's brains: Chilling warning to parents from top neuroscientist. *Mail Online*. Recuperado el 14 de mayo de 2010, de: <http://www.dailymail.co.uk>
- Dretzin, R. (Escritora) & Dretzin, R. & Maggio, J. (Directores) (2008). Growing up online. [Episodio de una serie de televisión]. En: R. Dretzin & J. Maggio (Productores), Frontline. Arlington: Public Broadcasting Service.
- Ellison, N., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), artículo 1. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

- Galindo, L. (2010). La mensajería en los mundos de vida de niñas, niños y jóvenes. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1 (8) [separata], pp. 29-50.
- Gennaro, C. & Dutton, W. (2007). Reconfiguring friendships: Social relationships and the Internet. *Information, Communication & Society*, 10 (5), pp. 591-618. doi:10.1080/13691180701657949
- Hampton, K., Sessions, L., Her, E. & Rainie, L. (2009). *Social isolation and new technology: How the internet and mobile phones impact americans' social networks*. Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://www.pewinternet.org>
- Hampton, K. & Wellman, B. (2002). The not so global village of netville. En: B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.) (2002). *The Internet in everyday life*, (pp. 345-372). Oxford: Blackwell.
- Harford, T. (2008, febrero). How email brings you closer to the guy in the next cubicle. *Wired*, 16 (2), pp. 23-24.
- Jackson, M. (2009). *Distracted: The erosion of attention and the coming Dark Age*. New York: Prometheus Books.
- Kang, C. (2010, 15 de marzo). Is Internet privacy dead? No, just more complicated: researchers. *The Washington Post*. Recuperado el 11 de junio de 2010, de: <http://voices.washingtonpost.com>
- Kawasaki, G. (2006, 22 de septiembre). Next Generation Innovation 2006. [Archivo de video]. Recuperado el 26 de mayo de 2009, de: <http://video.google.ca/videoplay?docid=327957388825424380&hl=es>
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58 (1), pp. 49-74. doi:10.1111/1540-4560.00248.
- Lehrer, J. (2009, octubre). The buddy system: How medical data revealed secret to health and happiness. *Wired*, 17 (10), pp. 126-131.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). *Social media & mobile Internet use among teens and young adults*. Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://www.pewinternet.org>
- Lewis, N. (2007). MySpace generation. [Archivo de video]. Recuperado el 1 de julio de 2010, de: <http://fora.tv/>
- Lunsford, A., Fishman, J., McGregor, B. & Otuyeye, M. (2005). Performing writing, performing literacy. *College Composition and Communication*, 57 (2), pp. 224-252.
- Mastrodoménico, H. (2008). *La influencia persuasiva de los grupos de referencia sobre las tendencias de consumo de tecnología*. [Documento de divulgación]. Bogotá, D. C.: Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- McKenna, K. & Bargh, J. (2006). Coming out in the age of the Internet: Identity "demarginalization" through virtual group participation. En: J. M. Levine & R. L. Moreland (Eds.) (2007). *Small groups: Key readings*, (pp. 433-452). New York: Psychology Press. Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://books.google.com>
- McPherson, M., Smith-Lovin, L. & Brashears, M. (2006). Social isolation in America: Changes in core discussion networks over two decades. *American Sociological Review*, 71 (3), pp. 353-375. doi:10.1177/000312240607100301.
- Mesh, G. (2005). *A study of adolescents' online and offline social relationships*. (Oxford Internet Institute, Research Report N° 8). Recuperado el 24 de septiembre de 2010, de: <http://papers.ssrn.com>
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Muñoz, G. (2010). Las redes sociales: ¿formula mediática contra la soledad y el aburrimiento? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 8 (1) [separata], pp. 51-64.
- Nielsen Online (2009a). *News release*. Recuperado el 4 de abril de 2009, de: <http://www.nielsen-online.com>
- Nielsen Online (2009b). *News release*. Recuperado el 2 de junio de 2009, de: <http://www.nielsen-online.com>
- Ophir, E., Nass, C. & Wagner, A. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of*

- Sciences*, 106 (37), pp. 15.583-15.587.
doi:10.1073/pnas.0903620106.
- Palmer, S. (2007). *Toxic childhood: How the modern world is damaging our children and what we can do about it*. Londres: Orion.
- Peláez, M. (2010). La “colección personal de música de bolsillo”: Un antídoto contra el aburrimiento. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1(8) [separata], pp. 17-27.
- Reguillo, R. (2009, febrero). El “paisaje” juvenil latinoamericano en el siglo XXI. *Seminario eje niñez y juventud como objetos de conocimiento* [material no publicado]. Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Manizales: Cinde-Universidad de Manizales. Colombia.
- Rice, R., Shepherd, A., Dutton, W. & Katz, J. (2007). Social interaction and the Internet: A comparative analysis of surveys in the US and Britain. En: A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes & U. Reips (Eds.) *The Oxford handbook of Internet psychology*, (pp. 7-30). Oxford: Oxford University Press. Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://books.google.com>
- Robinson, J. & Haan, J. (2006). Information technology and family time displacement. En: R. Kraut, M. Brynin & S. Keisler (Eds.) (2006). *Computers, phones, and the Internet: Domesticating information technology*, (pp. 51-69). New York: Oxford University Press. Recuperado el 10 de junio de 2010, de: <http://books.google.com>
- Robinson, K. (2009). *The element*. New York: Viking Penguin.
- Rossmeir, V. (2009). Is the Internet melting our brains? *Salon*. Recuperado el 19 de septiembre de 2009, de: http://www.salon.com/books/int/2009/09/19/better_pencil/index.html
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Sefton-Green, J. (1998). Introduction: Being young in the digital age. En: J. Sefton-Green (Ed.) (1998). *Digital diversions: Youth culture in the age of multimedia*, (pp. 1-20). Londres: Routledge. Recuperado el 17 de agosto de 2009, de: <http://books.google.com>
- Sefton-Green, J. & Buckingham, D. (1998). Digital visions: Children’s ‘creative’ uses of multimedia technologies. En: J. Sefton-Green (Ed.) (1998). *Digital diversions: Youth culture in the age of multimedia*, (pp. 62-83). Londres: Routledge. Recuperado el 17 de agosto de 2009, de: <http://books.google.com>
- Shirky, C. (2008). *Herecomes everybody: The power of organizing without organizations*. New York: The Penguin Press.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Small, G., Moody, T., Siddarth, P. & Bookheimer, S. (2009). Your brain on Google: Patterns of cerebral activation during Internet searching [Abstract]. *American Journal of Geriatric Psychiatry*, 17 (2), pp. 116-126. doi:10.1097/JGP.0b013e3181953a02.
- Small, G. & Vorgan, G. (2008, octubre-noviembre). Meet your iBrain. *Scientific American Mind*, 19 (5), pp. 42-49. doi: 10.1038/scientificamericanmind1008-42.
- Tapscott, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital: la generación Net*. Bogotá, D. C.: McGraw-Hill.
- Technorati (2009). *State of blogosphere 2009*. Recuperado el 5 de mayo de 2010, de: <http://technorati.com/blogging/feature/state-of-the-blogosphere-2009/>
- Thompson, C. (2009, septiembre). The new literacy. *Wired*, 17 (9), p. 48.
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- Universal-McCann (2007). *Anytime, anyplace: Understanding the connected generation*. Recuperado el 30 de agosto de 2008, de: <http://www.universalmccann.com>,
- Universal-McCann (2008). *Power to the people. Social media tracker: Wave, 3*. Recuperado el 30 de agosto de 2008, de: <http://www.universalmccann.com>,
- Walther, J. & Boyd, S. (2002). Attraction to computer-mediated social support. En: C. A. Lin & D. Atkin (Eds.) (2002). *Communication technology and society*:

Audience adoption and uses, (pp. 153-188). Cresskill: Hampton Press.

Zhao, S. (2006). Do Internet users have more social ties? A call for differentiated analyses of Internet use. *Journal of Computer Mediated Communication*, 11 (3), pp. 844-862. doi:10.1111/j.1083-6101.2006.00038.x.