



PARTICIPACIÓN Y COMPROMISO, NUEVOS RASGOS DE LOS JÓVENES EN LAS REDES SOCIALES DIGITALES: CASO UNIVERSIDAD DE SONORA

MIREYA BERENICE YANEZ DIAZ

UNIVERSIDAD DE SONORA

leimyanezd@gmail.com

MIGDELINA ANDREA ESPINOZA ROMERO

UNIVERSIDAD DE SONORA

migdelina.espinoza@gmail.com

JUAN PABLO DURAND VILLALOBOS

UNIVERSIDAD DE SONORA

duralobos@hotmail.com

RESUMEN

La presente ponencia muestra los resultados de un cuestionario que analizó la participación mediada por tecnología en temas académicos, culturales y políticos de los estudiantes de la Universidad de Sonora (UNISON). Se indagó en las plataformas que utilizan para manifestar su interés por los temas y por las actividades que desarrollan en los medios de comunicación tecnológicos. Asimismo se analizó el nivel de compromiso con el que interactúan en las redes digitales en los diversos temas, lugares y los resultados tangibles obtenidos de tales participaciones. El estudio emplea la metodología cuantitativa con un diseño no experimental, transversal, de tipo descriptivo. La población considerada como universo de estudio fueron 4,912 estudiantes de licenciatura inscritos en los cursos generales de inglés del Departamento de Lenguas Extranjeras de la UNISON en el semestre 2014-1, se calculó un tamaño de muestra, con el 95% de confianza y el 5% de error, en total se recopilaron 731 instrumentos de manera electrónica, la muestra final quedó integrada por 713 cuestionarios. El paradigma participativo encontrado indica un nivel de compromiso medio, los estudiantes prefieren organizaciones informales dirigidas por sus pares y utilizan medios digitales para manifestarse, en especial Facebook, dando preferencia a temas de ocio, diversión y entretenimiento, en el mismo porcentaje que a temas educativos/académicos.

Palabras clave: cibercultura, tecnologías de la información y comunicación, participación del estudiante





INTRODUCCIÓN

Las generaciones actuales median sus interacciones con dispositivos tecnológicos que permiten transitar virtual y expeditamente del ser individual al social, vía la utilización de medios de comunicación electrónicos. Allí los jóvenes ejercen distintos niveles de participación y de compromiso sobre distintos temas de interés, o bien, que están a su disposición por pertenecer a un grupo social. Justamente, la ponencia profundiza en la participación sobre asuntos sociales, académicos y políticos y el compromiso que los estudiantes sostienen en esos temas a través de redes sociales digitales u otros ámbitos.

MARCO CONCEPTUAL: PARTICIPACIÓN Y COMPROMISO

La participación es un acto racional donde el individuo decide interactuar con otros que comparten las mismas metas, ideas y valores (Lima, 1998). Elliot y Cross (1975) sostienen que la participación es fruto de cálculos que realizan los grupos cuando advierten que al movilizar sus recursos será posible modificar una situación. La participación juvenil está interrelacionada con la ciudadanía juvenil, difiere de otras generaciones, en tanto hay una prevalencia de los parámetros estéticos, éticos, subjetivos, la valoración de las metas palpables, la organización a través de redes flexibles y vinculantes, y la coordinación transitoria con movilizaciones coyunturales. Esta ocurre vía tradicional o militancia (las calles), y la implementación de escenarios informales, entre los que destaca es el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (Krauskopf, 2005). Para Crovi (2007) las redes digitales favorecen la comunicación horizontal pues eliminan barreras de tiempo y espacio, son instantáneas y diferidas, modifican el sentido de privacidad, facilitan la circulación de información y eliminan los esquemas autoritarios. Sobre las temáticas que interesan a los jóvenes destacan la participación juvenil, medio ambiente, de derechos humanos, equidad de género y derechos sexuales, trabajo, y los de cultura (Krauskopf, 2000; Balardini, 2005; Serna, 1997; y Jenkins, 2009). Los jóvenes prefieren participar en temas que son promovidos por sus pares y actuar como ciudadanos en lugar de pertenecer a una agrupación formal, pues desconfían de las instituciones formadas por adultos. El sentimiento de indignación o la percepción de una crisis puede llevar al estudiante de una participación digital a la militancia; los participantes activos utilizan diversos temas para tentar la participación de los otros (Henríquez, 2011). Hay jóvenes que se involucran de manera voluntaria en acciones sociales y muestran compromiso con formas no estatales de ciudadanía participativa,





es decir ejercen su ciudadanía, pero su noción está asociada al bien común, no al seguir ni replicar tradiciones o creencias preestablecidas (Fernandez,2014). Esa construcción fue desarrollada a través de su experiencia formativa en las instituciones educativas y por influencia de los padres. Las características mencionadas forman parte de una cultura participativa juvenil la cual denota cierto grado de compromiso con sus acciones y con los temas sobre los que deciden participar.

El compromiso es una obligación contraída hacia un evento o actividad, que resulta en un deseo constante de mantener un lazo considerado importante y valioso, (Moorman, Zaltman, y Deshpande, 1992). El compromiso de los estudiantes universitarios depende de su integración, interiorización de valores, normas y las restricciones del sistema (Dubet, 2007). El compromiso, se da en cuatro etapas: 1) el joven es receptor, ingresa a una página, video, u otro medio; 2) utiliza algún medio digital, hay una respuesta en términos de agrado o desagrado, el compromiso es bajo ya que solo incluye expresiones; 3) ocurre la participación, aquí los jóvenes generan contenido, hay un grado mayor de compromiso y de aporte; y 4) se diluye la frontera entre receptor y emisor, el joven cumple ambas funciones, en esta etapa, algunos empiezan a utilizar medios para difundir información que recuperan o bien que reportan porque han sido parte de los eventos (De Ugarte,2007). Adoptar formas novedosas de participación como el uso de las tecnologías, se considera un compromiso medio o bajo ya que si utilizan y ponen en juego su identidad, prescinden de la interacción al sentirse amenazados o no representados (Balardini, 2005). Los jóvenes que participan en manifestaciones conforman el grupo más comprometido (Cardoso, 2014). El uso de ciertas plataformas en Internet puede incrementar la motivación y el compromiso cívico, el hecho de que las personas sean contactadas a través de éstas, incrementa las posibilidades de que se involucren en actividades políticas y filantrópicas. Por otro lado, el uso de redes sociales digitales permite interactuar de manera flexible y tener acceso a una variedad de temas y de recursos, tanto globales como locales, por lo cual aumenta la probabilidad de que un individuo sea expuesto a tema, filosofía u otros, y aumentando así las posibilidades de participar. La tecnología es una variable que depende de las decisiones y usos de los usuarios, es decir, la tecnología por sí misma no puede hacer nada sino que debe de ser utilizada ya sea para difundir información, como medio de consumo, o como una forma de comunidad (Feenberg, 2012). Las tecnologías son instrumentos utilizados por los ciudadanos para participar y realizar múltiples actividades con un fin. Puede que estas incrementen las opciones, formar o incluso las





oportunidades de participar en diversos temas, pero la motivación que lleva a un individuo a participar (al acto) es multicausal. Por lo tanto, el compromiso puede ser global, cuando los sujetos apoyan causas globales porque tienen acceso a esta información sin tener contacto directo con la situación o la causa, o bien puede ser local, cuando apoyan situaciones o problemas de su comunidad; este compromiso denota que la causa concuerda con el paradigma cultural del joven en su entorno inmediato y con los valores que posee (Culver y Jacobson, 2012).

NOTA METODOLÓGICA

El estudio emplea la metodología cuantitativa con un diseño no experimental, transversal, de tipo descriptivo. El universo de estudio fueron 4,912 estudiantes de licenciatura inscritos en el semestre 2014-1, se calculó un tamaño de muestra, con el 95% de confianza y el 5% de error, en total se recopilieron 731 instrumentos. Considerando el criterio de edad de 16 a 35 años la muestra final quedó integrada por 713 sujetos. Realizamos una versión electrónica del cuestionario original utilizando la plataforma SurveyMonkey; y el análisis estadístico se realizó en SPSS versión 16.

RESULTADOS PRELIMINARES

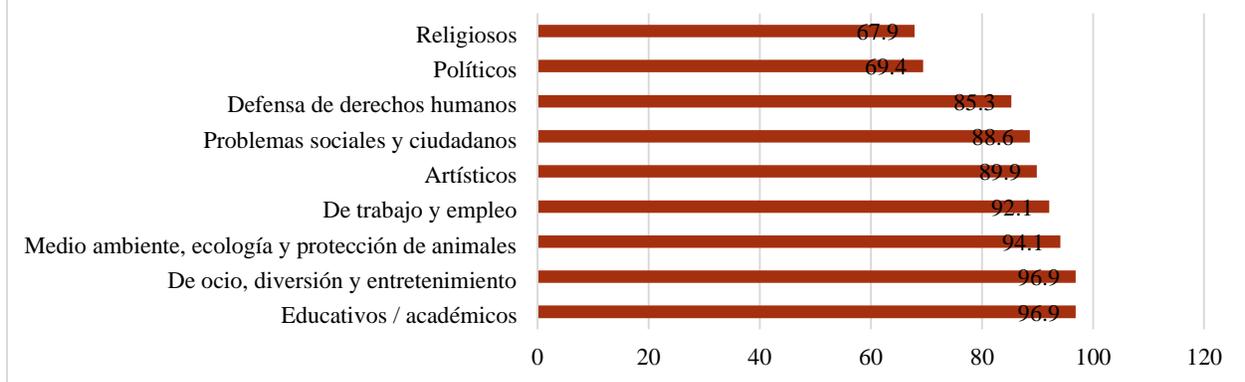
PARTICIPACIÓN

El cuestionario explora los temas en los que suelen participar los estudiantes que contribuyeron al estudio. Los resultados obtenidos revelan que de 9 temas explorados, los estudiantes sitúan su participación en aquellos con los que interactúan cotidianamente: educativos/académicos, y ocio, diversión y entretenimiento, con un porcentaje de 96.9% respectivamente. Después se encuentra el tema medio ambiente, ecología y protección de animales con 94.1%; y finalmente el tema de trabajo y empleo con 92.1%. (Figura 1).





Figura 1. Temas en los que participan los estudiantes



Facebook es la plataforma más utilizada (89.2%), seguida de WhatsApp (36.6%), YouTube (32.5%) y Twitter (29%). La menos utilizada es Instagram (8.3%). Enlazando las actividades realizadas en las plataformas electrónicas con la participación en los temas, encontramos que la mayoría están vinculadas con el ocio, diversión y entretenimiento. Los temas de tipo religioso y político tienen menos participación en relación con cualquier actividad. La tabla 1 muestra todas las actividades y su relación con los diversos temas.

Tabla 1. Porcentaje de sujetos que realizan una actividad en relación con los temas sobre los que participan

| Actividad / Tema | 1. Medio ambiente, ecología y protección de animales | 2. Educativos / académicos | 3. De trabajo y empleo | 4. Artísticos / culturales | 5. Ocio, diversión y entretenimiento | 6. Problemas sociales y ciudadanos | 7. Derechos humanos | 8. Políticos | 9. Religioso |
|---|--|----------------------------|------------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|---------------------|--------------|--------------|
| Copiar, compartir o reenviar mensajes que encuentro en la red sin hacer ninguna modificación. | 49.85 | 47.7 | 25.4 | 35.6 | 58.2 | 32.3 | 21 | 17.7 | 12.2 |
| Dar me gusta o marcar como favoritos mensajes | 53.6 | 45 | 24.1 | 45.3 | 65.4 | 31.8 | 23.1 | 17.7 | 13.2 |
| Conversar en línea y/o chatear | 16.8 | 47.4 | 31.6 | 26.5 | 67.2 | 20.2 | 11.2 | 11.4 | 10.1 |
| Copiar-pegar, compartir o reenviar mensajes haciendo sólo un pequeño cambio | 28.3 | 35.1 | 14.9 | 20.8 | 37.7 | 17.1 | 11.6 | 10.5 | 8.8 |





| | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| Firmar, adherirse o suscribirse a causas, peticiones, páginas o mensajes de otras personas | 27.9 | 22.4 | 13.7 | 13.7 | 26.9 | 17 | 15.3 | 10.2 | 4.1 |
| Generar mensajes para mis amigos o círculos de conocidos | 18.4 | 33.8 | 18.4 | 22.3 | 49.9 | 13.5 | 9.4 | 6.7 | 5.9 |
| Planear y/o convocar a eventos, fiestas o movilizaciones diseñando una pequeña estrategia para ello | 8.4 | 17.5 | 9.1 | 14.6 | 38.1 | 7 | 4.8 | 4.5 | 3.2 |
| Administrar, postear o difundir información, mensajes o multimedia en alguna página o grupo | 20.1 | 27.2 | 13.7 | 18.1 | 31.3 | 13.7 | 10.8 | 8.6 | 4.8 |
| Participar en alguna wiki, foro o espacio colaborativo | 10.5 | 16 | 5.5 | 8.4 | 12.1 | 7 | 5 | 3.9 | 2.2 |

La plataforma mayormente utilizada para participar en los 9 temas planteados es Facebook (78.3%). Las que se usan moderadamente son Whatsapp (32.12%), Youtube (28.9%), Correo electrónico (27.26%), Páginas Web (26.78%), correo electrónico y Twitter (25.86%). Mientras las que son empleadas ínfimamente son las llamadas telefónicas (13.62%), SMS (12.95%), e Instagram (7.3%).

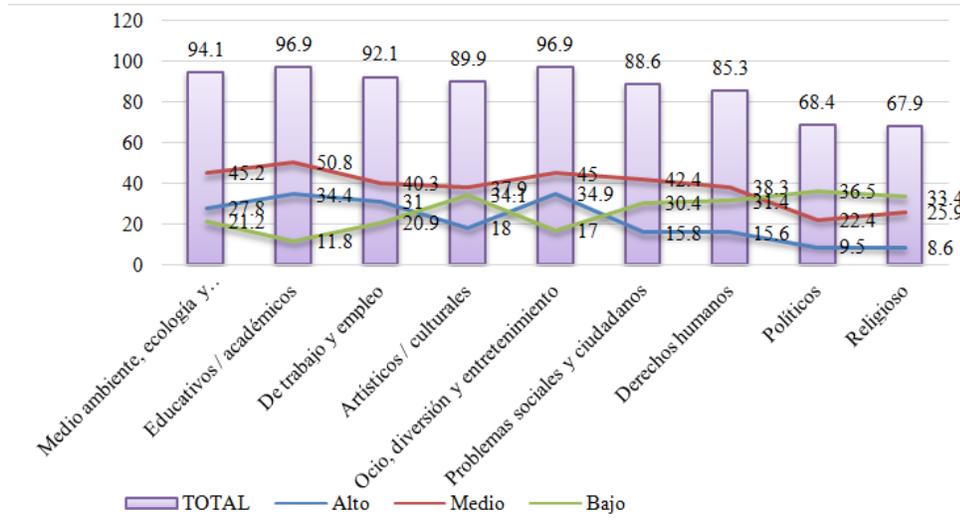
COMPROMISO

El compromiso se evaluó considerando tres niveles, el resultado fue que el 34.9% está representado por un nivel de compromiso alto asociado con temas de ocio, diversión y entretenimiento, seguido de temas educativos / académicos (34.4%), y por temas de trabajo y empleo (31%). En compromiso medio, la mayoría se identifica con temas educativos/académicos (50.8%), seguido de medio ambiente, ecología y protección de animales (45.2%). En compromiso bajo, se mencionaron los temas políticos en primer lugar con 36.5% y los temas religiosos obtuvieron el mayor porcentaje con nada de compromiso (31.3%). La figura 2 presenta el porcentaje de participación en todos los temas y su relación con los tres niveles de compromiso reportado por los participantes.





Figura 2. Porcentaje de participación y distribución de los niveles de compromiso



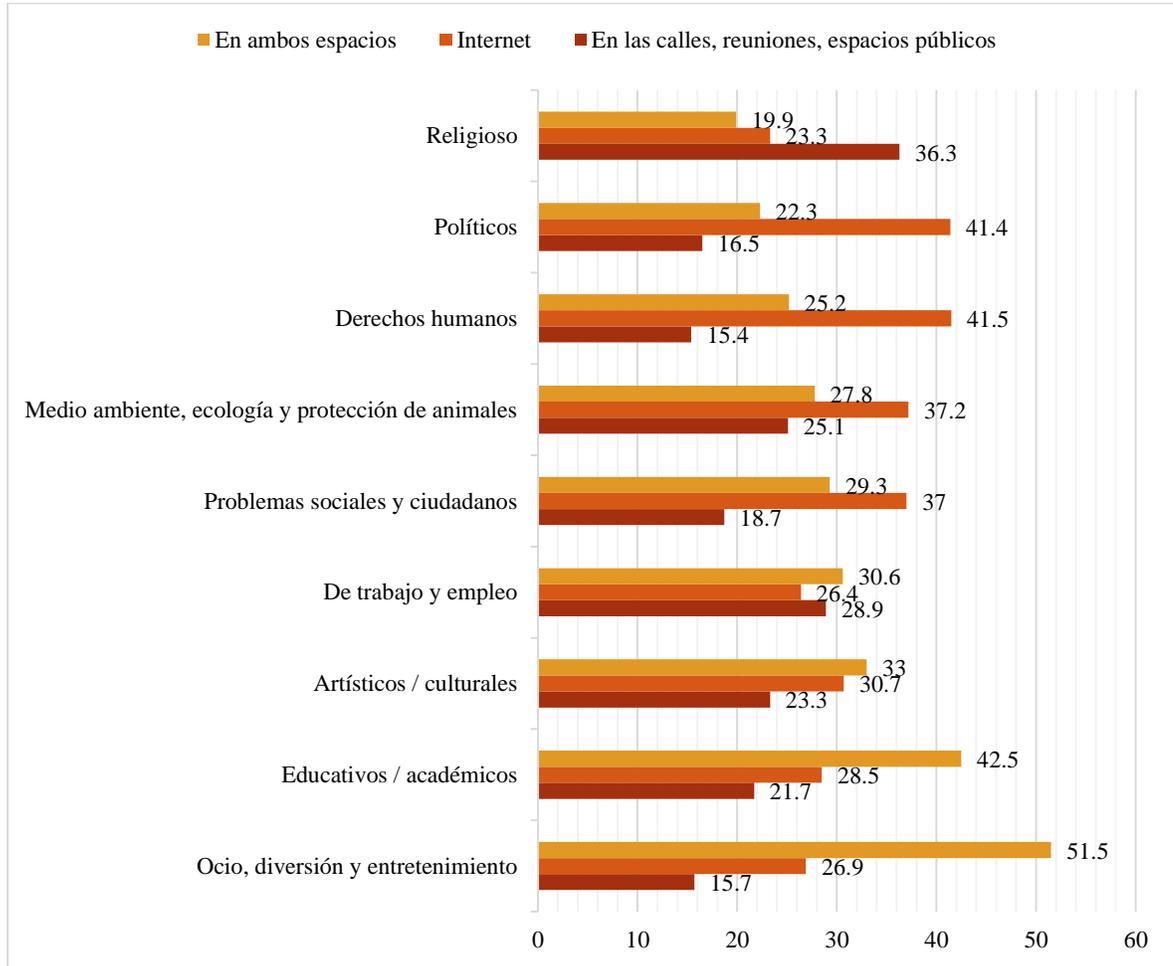
Nota: Elaboración propia. N=713

La figura 3 indica que los sitios donde se respaldan los temas religiosos (36.3%) son las calles, reuniones o espacios públicos, mientras que Internet es el espacio privilegiado para la defensa de Derechos Humanos (41.5%), Políticos (41.4%), Problemas Sociales y Ciudadanos (37%). En espacios públicos y virtuales se promueven los relativos a ocio, diversión y entretenimiento (51.5%) y Educativos/Académicos (42.5%).





Figura 3. Porcentaje de espacios donde se respaldan temas



La mayoría de los participantes reportó subscribirse a los temas como ciudadano (88.8%), sin guardar afiliación con organizaciones o instituciones que coordinen las actividades. El 8.3% reportó formar parte de una organización o institución, y el 2.9% no contestó. Los resultados de sus acciones fueron percibidos de la siguiente manera: el 55% mencionó no tener un efecto significativo, pues las acciones se circunscribieron a redes sociales electrónicas. El 29.3% señaló que el movimiento provocó que algún grupo tomara conciencia sobre el tema, el 8.6% que se han originado documentos de inconformidad, marchas u otro tipo de manifestaciones, mientras que el 2.4% reportó que se ha creado o modificado alguna ley. Los sujetos que reportaron nivel de compromiso alto con los temas utilizan predominantemente Facebook para participar, así los porcentajes fluctúan del 90% al 99%, mientras que el menos utilizado es Instagram con promedios que van de 13% a 5.9%. Respecto al impacto de las acciones en temas de medio ambiente, ecología y protección de animales, educativos y académicos, de trabajo y empleo, artísticos, y de ocio, diversión y entretenimiento la mayoría de los resultados se quedó en expresiones y acciones





dentro de Internet, en los problemas sociales y ciudadanos se encuentran empatados con un 40.7% los resultados de toma de conciencia y expresiones y acciones dentro de Internet, mientras que en los temas políticos y religiosos se ha obtenido un resultado de toma de conciencia.

CONCLUSIONES

Los jóvenes participan en diversos temas, a través del uso de diferentes plataformas sociales y es Internet, específicamente Facebook, el espacio considerado como relevante para llevar a cabo varias actividades. El componente hedónico es importante para los jóvenes usuarios de distintas plataformas digitales, coincidiendo con Royo-Vela y Casamassima (2010), ya que se tiene una alta participación en temas de ocio, diversión y entretenimiento; sin embargo, es importante resaltar que el contexto educativo donde se desenvuelven estos jóvenes se torna fundamental para ellos, al colocarse en el mismo nivel de importancia los temas académicos. Lo anterior significa que los estudiantes universitarios comparten sus principales intereses en torno a estos dos aspectos, desarrollando su vida universitaria entre el placer y la obligación.

En lo referente al compromiso, la participación se da a través de Internet y también en su forma híbrida (Internet – calle) en la mayoría de los temas, sin embargo, los temas políticos y religiosos se defienden en las calles, reuniones, y espacios públicos, siendo bajo el nivel de participación asociada al compromiso en internet y redes sociales.

La organización se da de manera horizontal, es decir, los estudiantes universitarios confían en un mayor porcentaje en los pares y los coetáneos, y en menor medida en las organizaciones formales, además, estos jóvenes buscan resultados inmediatos o de corto plazo, ya que, usualmente, el impacto de su participación se ve reflejada en acciones dentro de Internet o bien en la toma de conciencia de un grupo en particular.

NOTAS

¹ Instrumento original desarrollado por Covi, Lemus, Lugo, Montaña y Otegui (Covi y Lemus, 2014) para el proyecto Jóvenes y Cultura Digital, Proyecto CONACYT con número de registro: 178329.





BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- Balardini, S. (2005). ¿Qué hay de nuevo, viejo? Una mirada sobre los cambios en la participación política juvenil. Chile: CEPAL.
- Cardoso, G. (enero - marzo 2014). Movilización social y medios sociales. Vanguardia Dossier, 50, 17 - 23.
- Crovi, D. (2007). Comunicación Educativa y Mediaciones Tecnológicas: Hacia Nuevos Ambientes de Aprendizaje. México, ILCE.
- Crovi, D. y Lemus, C. (enero-mayo 2014). Jóvenes Estudiantes y Cultura Digital: Una investigación en proceso. Virtualis. No. 9. México: ITESM. Recuperado de <http://micampus.ccm.itesm.mx/documents/14896/139705422/virtualis09.pdf>
- Culver, S., y Jacobson, T. (2012). Alfabetización mediática como método para fomentar la participación cívica. Comunicar, 39, p. 73-80.
- De Ugarte, D. (2007). El Poder de las Redes. Grupo Cooperativo de las Indias. [E-book]. Recuperado de <http://lasindias.org/epubs/elpoderdelasredes.epub>
- Dubet, F. (2007). La experiencia sociológica. España: Gedisa Editorial.
- Elliot, D. y Cross, N. (1975). Diseño, tecnología y participación: textos de la Open University. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- Feenberg, A. (2012). Introducción. En Feenberg, A. y Friesen, N. (Eds.). (Re) Inventing the Internet: Critical Case Studies. The Netherlands: Sense Publishers.
- Fernández, A. (2014). Formación Ciudadana: Jóvenes y Acción social. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 16(1), 29-42. Recuperado de <http://redie.uabc.mx/vol16no1/contenido-fdezalatorre.html>
- Henriquez, M. (2011). Click Activismo: redes virtuales, movimientos sociales y participación política. Chile: Revista Foro.
- Jenkins, H. et al (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. USA: The MIT Press.
- Krauskopf, D. (2000) Dimensiones críticas en la participación social de las juventudes. Participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo. CLACSO.
- Krauskopf, D. (2005). Desafíos en la construcción e implementación de las políticas de juventud en América Latina. Ecuador: Debate. Recuperado de http://www.nuso.org/upload/articulos/3303_1.pdf
- Lima, B. (1988). Exploración Teórica de la Participación. Buenos Aires, Argentina: Editorial Hvmánitas.





- Moorman, C., Zaltman, G., y Deshpande, R. (Agosto 1992). Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*. 29, 314 – 328.
- Mossberger, K., Tolbert, C., y McNeal, R. (2008). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. Cambridge. MA: MIT Press
- Royo-Vela, M., y Casamassima, P. (2010). The influence of belonging to virtual brand communities on consumers' affective commitment, satisfaction and word-of-mouth advertising. *The ZARA case*. *Online Information Review*, 35, 517 – 542.
- Serna, L. (1997). Globalización y participación Juvenil. En búsqueda de elementos para la reflexión. En *Jóvenes*, revista de estudios sobre juventud. Recuperado de: http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Globalizaci%C3%B3n%20y%20participaci%C3%B3n%20Juvenil%20L.Serna_.pdf
-

