

Una redefinición del consumo a partir de la incorporación de Internet en la vida cotidiana

Kemly Camacho (kcamacho@uoc.edu)

Estudiante del programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento

Trabajos de doctorado TD05-013

Programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento

Directora del trabajo: Adriana Gil

Fecha de presentación: octubre de 2004

Fecha de publicación: julio de 2005

Internet Interdisciplinary Institute (IN3): <http://www.uoc.edu/in3/esp/index.htm>

RESUMEN

Este estudio representa un primer acercamiento al tema de la transformación en los patrones de consumo de las personas adolescentes costarricenses a partir de la integración de Internet en su vida cotidiana.

El trabajo se desarrolla desde un acercamiento cualitativo en el que se integran entrevistas de percepción y elaboración de proyectos visuales como collages y murales para expresar los cambios positivos y negativos que la juventud percibe en su diario vivir.

Este acercamiento se realiza en colegios secundarios que se han categorizado de acuerdo con el área geográfica (rural y urbana), el tipo de colegio (público, privado y semiprivado) y la capacidad económica de los estudiantes (altos costes de matrícula, medios costes de matrícula, bajos costes de matrícula). Se trabaja con jóvenes de cuarto y quinto año y se enfoca las experiencias de hombres y mujeres.

Además de acercarse empíricamente al tema de Internet en la vida cotidiana, este trabajo aporta unas primeras reflexiones conceptuales sobre la relación entre sociedad de consumo y tecnologías de la información y la comunicación en Costa Rica. También hace aportaciones en los aspectos metodológicos para acercarse a esta realidad por medio de la utilización de una propuesta cualitativa.

La intención de la doctoranda es continuar con este tema de trabajo en su tesis doctoral. También se pretende extender el estudio a América Central dependiendo de los recursos de investigación a los que se pueda acceder.

PALABRAS CLAVE

sociedad de consumo, vida cotidiana, adolescencia, sociedad de la información y el conocimiento, métodos cualitativos, Costa Rica

SUMARIO

1. Delimitación de la propuesta de investigación
 2. La sociedad de consumo
 3. La propuesta metodológica
 4. Los resultados de investigación
 5. Conclusiones
 6. Bibliografía
- Anexos

Para citar este documento, puedes utilizar la siguiente referencia:

CAMACHO, Kemly (2005). *Una redefinición del consumo a partir de la incorporación de Internet en la vida cotidiana* [Trabajo de doctorado en línea]. UOC. (Trabajos de doctorado; TD05-013) [Fecha de consulta: dd/mm/aa].
<<http://www.uoc.edu/in3/dt/esp/camacho0705.html>>

Doctorado Interdisciplinario sobre la
Sociedad de la Información y el conocimiento

Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona

Taller de Investigación sobre Cybercultura

**Una redefinición del consumo a partir de la incorporación
de la Internet en la vida cotidiana**

(Elaborado a partir de las propuestas de adolescentes costarricenses)

Kemly Camacho, doctorando

Dirección: Adriana Gil

Octubre 2004

Tabla de Contenidos

- I. Delimitación de la propuesta de investigación, 4
- II. La sociedad de consumo, 7
- III. La propuesta metodológica, 22
- IV. Los resultados de investigación, 34
 - IV.1 El consumo de tecnología en la población adolescente, 34
 - a- El análisis del acceso, 39
 - b- El análisis de los usos, 45
 - IV. 2 Las visiones adolescentes, 50
 - a- El análisis de las percepciones, 54
 - b- Los patrones del consumo, 64
- V. Conclusiones, 98
- VI. Bibliografía, 103
- VII. Anexos, 104

Una redefinición del consumo a partir de la incorporación de la Internet en la vida cotidiana

Kemly Camacho, doctorando

“La Internet es globalización en mi compu.”

Estudiante de quinto año

Colegio Angloamericano

I. Delimitación de la propuesta de investigación

El concepto de consumo se ha complicado, dinamizado y redefinido a partir de la relación que la investigadora ha desarrollado con los y las adolescentes participantes en este proceso de investigación donde se ha reflexionado sobre la interacción que ellos y ellas tienen con la tecnología.

El propósito de este trabajo es comprender cómo se han modificado los patrones de consumo en la población adolescente a partir de la incorporación de la Internet en sus vidas cotidianas. Este será un proceso de más largo plazo que se continuará trabajando a lo largo de la tesis doctoral.

El trabajo tiene dos aristas importantes. La primera se relaciona con la incorporación de la Internet en la vida de la población adolescente. En este sentido, se hace un acercamiento a los patrones de consumo de tecnología por medio del trabajo con los y las muchachas de cinco colegios del país. Una segunda arista permite iniciar la reflexión sobre la transformación de los patrones de consumo a partir de los usos cotidianos de la tecnología de los y las jóvenes.

Ambas líneas de trabajo se ubican dentro del contexto de la sociedad de consumo.

Con el propósito de delimitar el marco de trabajo, la investigadora ha seleccionado la Internet como la tecnología de información y comunicación por analizar. Entonces la investigación parte de la incorporación de la Internet en la vida cotidiana de los y las adolescentes. Evidentemente se trabaja esta herramienta tecnológica con todos los recursos de comunicación, información y conocimiento que provee.

El acercamiento metodológico que se propone rescatar las percepciones, visiones y vivencias de las poblaciones que se han integrado en la investigación. Para ello se utilizan dos instrumentos cualitativos: un estudio de percepción y la elaboración de proyectos visuales.

La metodología utilizada es cualitativa por lo que no hay interés de generalización. Por medio del análisis de percepción, para lo cual se utiliza una encuesta y se valora a partir de frecuencias en las respuestas, se conoce con mayor profundidad el grupo de 174 muchachos y muchachas con los cuales se trabaja. Sin embargo, no hay ninguna pretensión de considerarla como una muestra representativa de la población adolescente costarricense. Por medio de los proyectos visuales se realiza un acercamiento mayor a las subjetividades de los y las participantes. Los murales no son solo importantes por sí mismos sino que por medio de los mismos se captura el proceso de discusión e interacción entre los integrantes de los grupos durante su creación.

Por consiguiente, las conclusiones que se obtienen en este trabajo refieren concretamente al contexto específico de los grupos participantes y tiene como reto

descubrir patrones que se expresan por medio de las percepciones, visiones y expresiones de los y las muchachas participantes.

Este trabajo tiene propósitos empíricos, teóricos y metodológicos muy importantes para el proceso de investigación de más largo plazo.

En términos empíricos quisiera:

1. Comprender mejor los consumos de tecnología entre los y las adolescentes costarricenses.

En términos teóricos quisiera:

1. Iniciar la reconstrucción del concepto de consumo a partir de las experiencias de incorporación de la Internet en la vida cotidiana de los y las adolescentes.

En términos metodológicos quisiera:

1. Probar el acercamiento metodológico utilizando encuestas de percepción y elaboración de proyectos visuales que expresen las visiones de los y las adolescentes para descubrir patrones sobre nuevos consumos.
2. Probar (pilotear) la utilidad de los instrumentos que se están utilizando.
3. Contribuir con el descubrimiento de patrones que contribuyan con la ubicación del tema y el trabajo de más largo plazo.

Partiendo de esta delimitación la interrogante de investigación que guían el trabajo son:

¿En qué sentido se modifican los patrones de consumo en las poblaciones adolescentes costarricense a partir de la incorporación de las tecnologías de información y comunicación digitales en su vida cotidiana?

Esto se pretende trabajar a partir de:

1. La comprensión del consumo de tecnología por parte de poblaciones adolescentes.
2. El estudio de la variación en el consumo, los usos, visiones y percepciones a partir de las variables de sexo, área geográfica, tipo de colegio y costos de estudio.
3. El descubrimiento de los patrones comunes y diversos sobre la transformación producida por la incorporación de la Internet en sus vidas.

II. La sociedad de consumo

Para contextualizar la investigación se hace necesario definir el concepto de sociedad de consumo y sus consecuencias en las relaciones sociales, los individuos que las conforman y sus identidades. Para ello se ha realizado una revisión bibliográfica de diferentes autores que permite a la investigadora ubicar la definición de sociedad de consumo y relacionarlo con el papel que las nuevas tecnologías tienen dentro de la misma.

El paso de la sociedad industrial al postmodernismo también significa una modificación en la función del consumo. Entender la sociedad de consumo pasa por comprender esta transformación.

Todas las sociedades han sido consumidoras. En la sociedad industrial existe una relación directa entre las necesidades del consumidor y la producción. Es decir que el consumo se estimula y se hace necesario para poder mantener la producción, pero la dinámica de este modelo social está basada en el trabajo.

Pero a pesar de que el consumo siempre ha estado presente, la sociedad industrial tiene como propósito crear las condiciones para desarrollar una fuerza laboral que se involucre en los procesos productivos que resulten en bienes materiales orientados a la satisfacción de las necesidades de sus poblaciones. Todo adulto en este modelo asume como función principal formar parte de la fuerza productiva de su sociedad y se prepara para ello adquiriendo la capacidad y voluntad de producir. “Lo que se hace” se valora es el más importante¹.

La sociedad postmoderna se enfrenta a una riqueza acumulada durante siglos de trabajo que se manifiesta en nuevas tecnologías producto del desarrollo del conocimiento. Debido a esto, esta es una sociedad que puede producir todo lo necesario sin la participación de una amplia y creciente porción de sus miembros. (Bauman, 1988). El incremento en el progreso tecnológico implica que la

¹ “Soy médico”, “soy abogado”, “soy ingeniero”, “soy jornalero”, “soy electricista” determinan la ubicación de las personas en la sociedad industrial.

productividad crece inversamente proporcional a las posibilidades de empleo. Por este motivo, el trabajo pierde importancia como sustento del modelo de sociedad adquiriendo el consumo un protagonismo sin precedentes.

La sociedad postmoderna es la sociedad del consumo. La posibilidad de ser alguien o de existir depende del consumo. No se trata solamente de una relación entre personas y objetos, ni está determinada únicamente por los productos que se adquieren, sino que el consumo define la identidad de cada individuo. Cada miembro de esta sociedad se mira y define a sí mismo como consumidor y se relaciona con el resto del mundo como objetos de consumo.

La sociedad de consumo trasciende el hecho de que todos seamos consumidores como en los otros modelos sociales, esta se convierte en una “comunidad de consumidores”. Este cambio de énfasis marca una diferencia en todos los aspectos. Los proyectos de vida no se pueden sustentar en el trabajo, la capacidad profesional o el empleo. En esta sociedad la identidad social está sustentada en las relaciones de consumo, por lo que los proyectos de vida refieren primero a la capacidad de ser consumidor y de relacionarse socialmente como consumidor, para después concebir cualquier otra cosa.

Por definición la sociedad de consumo es una sociedad en estado de ebullición. La caracteriza la ausencia de rutinas, la innovación constante, la oferta de tentaciones cotidianas, la sensación de que nada es perdurable. A diferencia de la sociedad industrial en la sociedad de consumo, la aspiración de estabilidad

no es una posibilidad ni para sus miembros ni para la sociedad misma. Por el contrario, esta sociedad se sustenta en la necesidad de cambio ininterrumpido donde los consumidores están expuestos a estados constantes de entusiasmo provocados por la sensación de novedad permanente.

El mismo proceso productivo es un proceso de autodestrucción de los objetos que se han producido con anterioridad. Este proceso está basado en la necesidad de innovación permanente que satisfaga las nuevas demandas, aspiraciones y deseos de los consumidores por lo que el producto que se lanzó al mercado poco tiempo antes tiene que ser rápidamente sustituido por uno novedoso para mantener los niveles de expectativas de los miembros de la sociedad. Este es un proceso productivo que estimula el desuso de los objetos permanentemente.

Como se mencionó anteriormente, esto alcanza inclusive el trabajo, que en la sociedad industrial se consideraba la aspiración fundamental. Pero no solo se queda allí, también atañe la propia identidad que no podrá tampoco ser para toda la vida, ya que las relaciones del sujeto con otros y la relación del sujeto consigo mismo están definidas por esta variación permanente y veloz que caracteriza a las como relaciones de consumo².

² Cada uno es medido por lo que tiene, no por lo que hace.

La sociedad de consumo se sostiene en la sensación de que ya casi se alcanza la felicidad pero que siempre queda un espacio más para lograrla completamente. Está basada en esta contradicción que es la que dinamiza el consumo y que no da descanso a los miembros de su sociedad exponiéndolos permanentemente a nuevos estímulos. Existe siempre subyacente la promesa y esperanza de satisfacción y cuando parece que el consumidor ha finalmente alcanzado su satisfacción se descubre inmediatamente la promesa de nuevas satisfacciones que provocan que la anterior pierda su encanto.

Se crea con esto un estado de felicidad permanente haciendo que los deseos surjan más rápidamente que el tiempo para saciarlos y que los objetos de deseo sean reemplazados de forma inmediata. La obligación de la vida del consumidor es no estar aburrido nunca porque se está alcanzando permanentemente esa promesa de felicidad, aunque nunca se llegue a lograrla.

A diferencia del modelo social anterior la satisfacción no está relacionada con la necesidad. El consumo en la sociedad industrial cumplía la función de resolver un requerimiento concreto. En la sociedad postmoderna, aparece el deseo primero que la necesidad y se provoca ese estado de excitación permanente seduciendo al consumidor para que descubra nuevas necesidades. “La promesa de satisfacción será más atractiva en tanto menos conocida sea la necesidad”. (Bauman, 1988.)

“Ese afán de cambio que siempre lleva implícita la promesa de que lo nuevo será mejor, de que en lo nuevo encontraremos lo que añorábamos. Puede entenderse este afán de cambio ligado al deseo incesante de disfrutar experiencias nuevas a través del consumo, esas experiencias que puede ofrecer la economía de los seres humano, siempre en busca de la felicidad.

La motivación básica del consumismo, es el deseo de experimentar en la realidad el placer que el consumidor ya ha disfrutado en la imaginación. Sólo los nuevos productos parecen poder realizar esta ambición, pero ninguno lo logra, esperando otros nuevos. Este juego dinámico entre ilusión y realidad es la clave para entender el consumismo moderno”. (Cortina, 2002.)

Otra de las claves de la sociedad de consumo es la sensación de que todos sus miembros pueden alcanzar sus aspiraciones. No se enfatiza la sensación de exclusión ya que se pone en el imaginario social la idea de que alcanzar la satisfacción y con ello la felicidad es posible para todos. Con base en esto se desata una carrera que favorece y caracteriza la sociedad de consumo, no solamente porque todos los grupos sociales buscan alcanzar la satisfacción por medio del consumo, sino que también porque los grupos que tradicionalmente se encuentran en posiciones sociales superiores buscan no ser “alcanzados” por los que se encuentran en posiciones inferiores. Esto también transforma la conformación de los grupos sociales organizados en el modelo de la sociedad

industrial. Nuevos grupos redefinen sus relaciones y adquieren nuevas identidades a partir de la satisfacción del consumo que no está necesariamente relacionado con las clases sociales.

La libertad de elección es lo que estratifica esta nueva sociedad. Entre menores restricciones tenga un ciudadano para elegir entre las múltiples opciones que se le presentan y entre mayor sea su capacidad de adquirir nuevas satisfacciones por medio del consumo más alto es su lugar en la escala social y mayor será el reconocimiento público.

“La publicidad de la cultura de consumo sugiere que en todos hay lugar para la autosuperación y la autoexpresión, sean cuales fueren nuestra edad o nuestro orígenes de clase. Este es el mundo de los hombres y mujeres que están a la busca de lo más nuevo y lo último en relaciones y experiencias, que son sensibles a la aventura y corren riesgos de explorar plenamente las opciones de vida, que son conscientes de que sólo tienen una vida y deben esforzarse intensamente para gozarla, experimentarla y expresarla” (Featherstone, 1991.)

Otro de los motores de este modelo social es la sensación de poder que recae en los consumidores. En ellos recae el poder de decisión, la capacidad de escoger entre las múltiples opciones que les ofrece la sociedad de consumo. “Ellos son quienes mandan, juzgan critican y eligen. Después de todo entre las

infinitas alternativas que existen no le deben fidelidad a ninguna. Pero lo que no pueden es rehusarse a elegir entre ellas.” (Bauman, 1997) La posibilidad de existir, de tener una identidad, de formar parte de esta sociedad está determinada por las visitas al mercado y la obligación de escoger. Sin embargo, hay que tener muy claro que el consumo no es presentado como una obligación, ya que perdería su magia. El consumidor recibe constantemente mensajes sobre el inmenso disfrute que produce el poder de elegir y el derecho que puede y debe ejercer al escoger. “Los consumidores son guiados por los intereses éticos, no los estéticos”. (Bauman, 1997)

La sociedad de consumo es además una sociedad del presente. La preocupación por el futuro o la recuperación de la historia no tienen una prioridad en este modelo³. “Nos encontramos en un nuevo sistema social, en el que se ha empezado a vivir en un eterno presente y un perpetuo cambio que arrastra incluso las tradiciones de clase”. (Feliu, 2004)

“La nuestra es una sociedad de tarjetas de crédito, no de libretas de ahorro. Es una sociedad de “hoy y de ahora”; una sociedad que desea, no una comunidad que espera.” (Bauman, 1998.)

³ Un ejemplo claro de esto es la filosofía *new age* que recalca la importancia de vivir el día de hoy sin preocupaciones hacia adelante o hacia atrás en el tiempo.

También a diferencia de la sociedad anterior, el individuo no solo se define por lo que posee, sino por la forma en que lo posee, sus actividades se clasifican y se leen en términos de presencia o ausencia de gusto.

Su identidad se define justamente por la capacidad que tenga de adquirir y renovar permanentemente. Inclusive el gusto y la presencia o ausencia de este también está en constante movimiento. Entre más alto se encuentre ubicado el consumidor en el escalafón social, su capacidad de aferrarse, comprometerse o considerar satisfecha una necesidad debe ser menor. Ni uno solo de sus deseos puede ser el último porque sino pierde sentido su existencia dentro de este ordenamiento social.

Lo más importante es el carácter provisional de todo compromiso que dura el tiempo en que se satisface el deseo y termina justamente en ese momento en que el deseo ha sido satisfecho⁴. La posición del consumidor en la sociedad de consumo estará determinada por la capacidad que este tendrá de satisfacer nuevamente el deseo que apareció inmediatamente que se hubo satisfecho el anterior⁵.

Esto tiene una repercusión inmediata en el reforzamiento de la individualidad. El consumo es esencialmente una actividad individual. Este se cumple saciando y despertando el deseo, aliviándole y provocándole y el deseo es

⁴ “Los bienes satisfacen instantáneamente y la satisfacción termina en el preciso momento de satisfacción del consumo, tiempo que se reduce a su máxima expresión” (Bauman, 1998).

⁵ “El individuo se mueve por el principio del placer” (Borrás, 2004)

una actividad esencialmente privada⁶. También es importante destacar que otro de los valores del consumo es la diferenciación con la colectividad, es la capacidad que se tiene como individuo de ser “el distinto” porque finalmente cada individuo es también un objeto de consumo para los otros por lo que debe a su vez mantenerse “único” y en constante renovación para poder adecuarse a las necesidades siempre insatisfechas de los otros que se confrontan en diario vivir del mercado global.

Al priorizar estas características se redefinen igualmente los valores y principios de la colectividad. Lo que para el modelo social anterior eran valores negativos comienzan a cuestionarse en la sociedad de consumo puesto que lo más legítimo será alcanzar eficientemente la aspiración de consumir y convertirse en objeto de consumo. Pero para poder elegir constantemente se necesita dinero, mucho dinero. La riqueza es garantía de un estilo de vida de consumo permanente, por lo que pierde importancia cómo se logra conseguir los recursos necesarios para insertarse en esta dinámica, porque finalmente lo que importa es lo que se tiene, no lo que se hace⁷.

“La tendencia al individualismo corre paralela a una aspiración sin precedentes por el dinero, el bienestar, la propiedad y la seguridad. La riqueza se percibe como virtud espiritual, y al mismo tiempo se da un

⁶ El “deseo colectivo” no existe. (Barman, 1998)

⁷ Esta es una línea de trabajo interesante para analizar la capacidad de corrupción de las clases económicas y políticas de mayor poder en la región latinoamericana

culto al poder y al estatus, el éxito y a la falta de escrúpulos”. (Borrás i Cataláen, 2004)

El consumo es el único mecanismo que tiene la sociedad occidental para adquirir bienes. Los bienes no son importantes por los bienes mismos, sino por el significado que tienen y por las sensaciones que producen y reproducen. El consumo es finalmente un asunto de emociones, es la emoción de emociones. Poseer es tener una identidad, es sentir que uno es algo, es adquirir poder. (Gil, 2004)

Las mercancías por sí mismas son neutrales, pero su uso es social. A través de ellas se establecen y mantienen las relaciones sociales en la sociedad de consumo. Los productos por sí mismos son bienes identitarios no solo por su capacidad de uso o cambio, sino y sobre todo por los signos que portan. Cuando se compra la mercancía se compra principalmente el significado, lo que se consume es lo que el bien simboliza más que el bien mismo.

“No se compra para satisfacer necesidades básicas; se compra y se consume para decir a los otros lo que cada uno es o lo que le gustaría ser. “ (Borrás, 2004)

Este razonamiento llega hasta algo tan fundamental como la identidad que tampoco es perdurable porque también es un bien de consumo, y que además ahora puede ser múltiple (Gil, 2004). No concuerda el concepto de identidad como

una determinación rígida y perdurable con principios y valores inamovibles de sociedades anteriores con los requisitos básicos de cambio permanente de la sociedad de consumo. La identidad pertenece a alguien pero como todo bien de consumo se acaba, desaparece y renueva constantemente.

Acercarse a la comprensión de la sociedad de consumo y de las dinámicas que la conforman pasa por comprender las mercancías como un sistema vivo de información que permiten leer los significados y acercarse a las relaciones sociales a partir de la interacción entre las personas y de estas con los objetos dentro del marco del consumo.

Los objetos, mercancías, bienes, servicios y los mismos actos de comprar se convierten en un lenguaje. Un conjunto de mercancías en poder de alguien es un informe físico y visible de su jerarquía de valores (Douglas e Isherwood, 1979). Las prácticas de consumo no deben analizarse como hechos individuales, ni a partir de la función de los bienes adquiridos, sino como manipulación de significados sociales y culturales de una colectividad, los bienes son solamente el medio de intercambio. (Borrás, 2004)

“Olvidémonos de la irracionalidad del consumidor. Olvidémonos de que las mercancías sirven para comer, vestirse y protegerse. Olvidémonos de su utilidad e intentemos en cambio adoptar la idea de que las mercancías sirven para pensar; aprendamos a tratarlas como

medio no verbal de la facultad creativa del género humano.” (Douglas e Isherwood, 1979)

Con este trabajo se desea iniciar un camino en este sentido. Es decir, acercarse a ese lenguaje que expresan las dinámicas de consumo para comprender las manifestaciones de la sociedad de consumo en Costa Rica. Este documento no pretende alcanzar este último objetivo sino iniciar las bases para un proceso de más largo alcance.

Una vez identificada la comprensión que se manejará de sociedad de consumo se hace necesario comprender el papel de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Es indispensable decir que la sociedad de consumo está definida y construida a partir de la incorporación misma de estas tecnologías, es una relación de doble vía donde la sociedad de consumo no existiría como tal sin las tecnologías de información y comunicación y estas no existirían sin la sociedad de consumo puesto que son justamente producto de ella misma.

Las tecnologías agilizan y aceleran los procesos de innovación permanente indispensables para la sobrevivencia de la sociedad de consumo. La posibilidad de construir bienes a partir de la combinación de diversas habilidades y capacidades alrededor del mundo a mucho menor costo favorece los círculos de desuso y renovación permanente característicos de este modelo de sociedad. Esto además se logra con mucha flexibilidad debido a que las regulaciones y legislaciones son más bien locales que globales.

Los miembros de todas las sociedades reciben, gracias a las tecnologías, la información y comunicación sobre los productos, bienes y servicios que se ofrecen en el mundo entero, modificando así los referentes de las poblaciones, ampliando la libertad de elección y convirtiendo al mercado de la sociedad de consumo en un mercado global.

“Se vive en un mundo en que lo imaginario y lo virtual sustituye a lo real. Se puede viajar sin moverse de casa a través de la televisión. Si a ello unimos un ordenador multimedia, se tiene acceso, además a una serie de imágenes e informaciones impensables en épocas anteriores.

Se tiene acceso a una economía de tipo global, en la que no es necesario viajar a otro país para obtener los productos allí realizados.” (Borrás, 2004)

Igualmente las tecnologías de información y comunicación representan un nuevo bien que caracteriza clásicamente a la sociedad de consumo que son los bienes de conocimiento. Ellos son en sí mismos las mercancías más valoradas en este nuevo orden social y se constituyen en el proceso central de la economía; pero a la vez por su medio se reproducen nuevos bienes de conocimiento que se renuevan a grandes velocidades gracias a las características mismas de esta tecnología.

“El consumo de tecnologías es un claro indicador de la creación de nuevas necesidades y de nuevos deseos y son una herramienta que nos transforma de tal manera que, a su vez, las podemos utilizar dándoles un significado nuevo, para transformar nuestro entorno político, social y por qué no, económico.” (Gil, 2004.)

Las tecnologías implican transformaciones sustanciales en la forma de vivir, afectan la cotidianeidad de los miembros de la sociedad de consumo. Las tecnologías son principalmente tecnologías de relación entre personas y relación entre personas y bienes. Y son además capaces de crear nuevos seres, nuevas formas de subjetividad humana. Las tecnologías también configuran nuevas redes sociales, tienen la capacidad intrínseca de ampliarlas, redefinirlas y dinamizarlas sin premeditación o planificación o determinación de sus consecuencias. (Gil, 2004)

“El uso de las tecnologías forma a los sujetos activos y, por lo tanto, políticamente relevantes de nuestra sociedad. Quedar fuera no significa solamente no poder ir a comprar virtualmente o no escribir una carta por correo electrónico, sino también dejar de entender qué tipo de personas son las que te rodean. Es simplemente, y la metáfora resulta adecuada, quedar desconectado”. (Gil, pág. 220.)

III. La propuesta metodológica

Partiendo de este marco de referencia, la propuesta de trabajo que se presenta intenta comprender el consumo de tecnologías en la población adolescente y las transformaciones que este contacto con las tecnologías produce en el consumo mismo.

El trabajo se desarrolla en cinco colegios de educación media⁸. En cada uno de ellos se trabaja con un grupo de estudiantes de último o penúltimo nivel, se trata entonces de una población escolarizada total de 174 muchachos y muchachas entre 15 y 18 años. Todos los colegios en los cuales se desarrolla esta investigación son colegios mixtos por lo que se ha integrado a la investigación un total de 87 mujeres y 87 hombres.

Se han integrado colegios del área urbana y del área rural, así como colegios cuyas poblaciones tienen diferentes niveles de ingresos. El nivel de ingresos se ha determinado por los costos que implica estudiar en cada una de las instituciones con las cuales se ha trabajado.

Hasta el momento cada colegio ha sido abordado en forma individual, aún no se ha trabajado con grupos compuestos por estudiantes de diferentes colegios, aunque está programado para un futuro cercano.

⁸ Detalladas en la tabla 1

	Absoluto	Relativo
Tipo de colegio		
Estudiantes que provienen de colegio público	78	44,8
Estudiantes que provienen de colegio privado	96	55,2
Área geográfica		
Estudiantes que provienen de colegio en área urbana	141	81
Estudiantes que provienen de colegio en área rural	33	19
Nivel económico		
Estudiantes que provienen de colegio de nivel económico bajo	78	44,8
Estudiantes que provienen de colegio de nivel económico medio	30	17,2
Estudiantes que provienen de colegio de nivel económico alto	66	37,9
Sexo		
Estudiantes de sexo femenino	87	50
Estudiantes de sexo masculino	87	50
Edad		
Estudiantes con menos de 16	21	12,1
Estudiantes de 16 años	58	33,3
Estudiantes de 17 años	71	33,3
Estudiantes de 18 años	17	9,6
Estudiantes con más de 18 años	7	4,1
Total de encuestas	174	100

Tabla 1: características básicas de los participantes.

Los colegios han sido seleccionados de acuerdo a tres aspectos: a) la ubicación geográfica; 3) el tipo de colegio: público o privado; c) el nivel económico al que pertenece que se ha determinado por los costos que implica para un estudiante asistir a cada uno de los colegios.

Con base en esto, los colegios seleccionados para este primer acercamiento al tema han sido los siguientes:

1. Liceo de Cot. Este es un colegio público de zona rural que atiende una población conformada principalmente por familias agricultoras de escasos recursos. Estudiar en este colegio no implica el pago de una mensualidad, tiene una población de 3000 estudiantes.

2. Liceo de Curridabat. Se trata de un colegio público de zona urbana que atiende a una población de clase media y de escasos recursos. Estudiar en este colegio no implica tampoco el pago de una mensualidad, tiene una población de 5000 estudiantes.

3. Colegio La Pascua. Este es un colegio privado de zona urbana que atiende población de clase media. Implica el pago de una mensualidad de 150 dólares mensuales, tiene una población total de 100 estudiantes.

4. Colegio Laboratorio San José. Es también un colegio privado de zona urbana que atiende igualmente población de clase media. Implica

una mensualidad de 140 dólares, tiene una población total de 80 estudiantes.

5. Colegio Anglo Americano. Este es uno de los colegios privados más caros de Costa Rica y es de educación bilingüe. Está ubicado en zona urbana, está dirigido a familias con un nivel económico alto ya que implica una mensualidad de hasta 300 dólares mensuales. La población total de este colegio es de 2000 estudiantes.

Basada en esta selección la investigadora espera acercarse al tema a partir del trabajo en clases que interactúan entre ellas de una forma dialéctica. Su interacción está basada en contradicciones, pero que a la vez cada una de las partes se reconstruye y deconstruye a partir de la contradicción e interacción con la otra. Las clases que se trabajan en la investigación son:

1. Área geográfica: Urbano, rural.
2. Tipo de colegio: Público, privado.
3. Nivel económico: Bajo, medio, alto.
4. Sexo: hombre, mujer

Además, todas las combinaciones entre estas clases son posibles para desarrollar los análisis.

Se ha decidido trabajar con la Internet como expresión de las nuevas tecnologías de información y comunicación (basadas en la tecnología digital). Esta

decisión se sustenta en que esta es una tecnología digital que se ha integrado rápidamente en los hogares costarricenses y que produce transformaciones en la vida cotidiana. Por Internet se comprende la red global junto con todos los recursos a los que se puede acceder por su medio.

En cada uno de los colegios se desarrollaron dos actividades en un grupo de estudiantes:

1. Se realizó una encuesta conformada por una parte descriptiva para conocer principalmente las características básicas de la población con la que se trabaja y una parte valorativa que trabaja las percepciones de los y las jóvenes⁹.

Esta encuesta se aplicó a al menos un grupo¹⁰ en cada colegio¹¹. El aula a la que fue aplicado fue seleccionada por la administración de cada colegio. Cabe destacar que en ninguno de los colegios hay una división de las aulas por tipo de estudiantes¹² lo cual garantiza la misma diversidad en cada una de las aulas que conforman el nivel.

⁹ El instrumento utilizado se encuentra en el anexo 1 de este documento

¹⁰ Se llama grupo al aula de estudiantes

¹¹ Liceo de Cot: un grupo de 4to nivel. Liceo de Curridabat: un grupo de cuarto nivel y un grupo de 5to nivel, Colegio Laboratorio: un grupo de 4to nivel y un grupo de 3er nivel, Colegio la Pascua: un grupo de 5to nivel, Colegio Anglo Americano: tres grupos de 5to nivel

¹² Es decir por calificaciones, sexo, religión, edad u otra clasificación

Una parte de los datos recopilados en las encuestas se analizaron por medio del análisis de frecuencias. Otra parte por medio del análisis de patrones comunes y diversos que han aparecido en las respuestas.

2. En tres de los cinco colegios¹³ se ha utilizado la elaboración de “collages”¹⁴ que expresaran las visiones de los y las adolescentes sobre el papel de la tecnología en sus vidas. En el proceso de elaboración del “collage”, la explicación que proponen los participantes de cada una de sus elaboraciones y la discusión a partir de la comparación entre ellos se capturan las visiones, percepciones y sentimientos que rodea la interacción con la tecnología por parte de los participantes.

Se solicitó al colegio un grupo de al menos 10 estudiantes, 5 hombres y 5 mujeres, que estuvieran interesados en el tema de las tecnologías digitales, concretamente la Internet.

El grupo de muchachos y muchachas se dividió en subgrupos. A algunos de los subgrupos se le propuso la elaboración de un mural que representara los impactos positivos y negativos que tiene la Internet en la vida de los muchachos. A otros subgrupos se les propuso la misma representación, pero en la vida de las muchachas.

¹³ Para el trabajo de este seminario solamente se pudo desarrollar esta actividad en tres colegios, en los otros dos colegios está programado su realización para finales del mes de octubre

¹⁴ Los “collages” son murales que se elaboran en papeles grandes por medio de la utilización de recortes y dibujos.

En general se conformaron dos grupos mixtos en cada uno de los colegios en los cuales se ha trabajado hasta este momento. En uno de los colegios, donde se pudo tener más participantes se logró dividir el grupo en dos grupos mixtos, uno solo de varones y otro solo de mujeres.

Los participantes tuvieron alrededor de una hora para discutir la solicitud y elaborar el “collage” con los recursos a los que tuvieron alcance (revistas, periódicos, tizas, marcadores, lápices de color, goma, papel y tijeras).

Posteriormente cada uno de los subgrupos presentó su trabajo y por medio de la comparación entre los trabajos se desarrolló una discusión donde se logró llegar a consensos y disensos con respecto a sus visiones.

Como puede deducirse del acercamiento metodológico utilizado no hay ninguna pretensión de generalizar a partir de una muestra o de realizar una propuesta de análisis cuantitativo. Congruente con el abordaje cualitativo, la investigadora tiene claro que su aporte se refiere a un contexto temporal, espacial e histórico particular. En este caso a la vivencia de los estudiantes de cuarto y quinto año de cinco colegios costarricenses que se ubican según el área geográfica, los costos de los estudios y su condición de público o privado en el año 2004.

Como puede observarse a lo largo de la propuesta una técnica que se utiliza con mucha frecuencia es el análisis de patrones donde a partir del estudio del contenido de los diálogos, textos y propuestas visuales se determina la repetición de patrones, los consensos y los disensos nacidos de las intersubjetividades que nos permitan comprender las vivencias de los y las adolescentes que participan en este trabajo.

Se ha decidido concentrar el trabajo con adolescentes en colegios secundarios partiendo de varios criterios.

El primer criterio de selección de esta población refiere al compromiso que la investigadora siente hacia una población que no ha sido valorada hasta ahora por la población adulta debido a su condición de edad.

“La adolescencia es vista en este país como un período de transición, donde ya no se es lo que se era – un niño o una niña-, pero tampoco se ha definido que será – joven, adulto-. Esta visión de período de transición hace que se desvalorice este período de la vida entre la población adulta. Esto aunado a la tensión que representa el choque generacional entre los adolescentes, sus padres y la población adulta en general hace que este sea un período de la vida donde hay mucha agresividad, abierta y oculta, por parte de padres, maestros y adultos en general hacia los jóvenes”. (Paniamor, 2002)

La investigadora quiere, con este trabajo, darle la palabra a los muchachos y las muchachas para que expresen sus percepciones sobre las transformaciones que la tecnología produce en las vidas de quienes conformamos la sociedad costarricense y que construyan con la redefinición del concepto de consumo a partir de sus propias vivencias, sobre todo reconociendo que son los jóvenes quienes han logrado integrar con mayor facilidad estas herramientas en la vida cotidiana.

“Los adolescentes se están convirtiendo en el modelo a seguir en las sociedades posmodernas en transición de valores cuando anteriormente eran un de los grupos excluidos. Por cuestión de modelos estéticos, y también porque parecen los depositarios “naturales” de las nuevas tecnologías, ahora se convierten en la vanguardia de la sociedad. Para los adolescentes, el consumo de nuevas tecnologías comporta incluirse por primera vez en grupos de afinidades o en redes de participación ciudadana, y el resto, que ya no somos adolescente, vamos detrás.” (Gil, pág. 220.)

El segundo aspecto es el de la conveniencia metodológica ya que aquí se encuentra una población cautiva a la que se puede acceder con algunas facilidades. Entonces se puede trabajar con los adolescentes en varias ocasiones, permitiendo desarrollar un proceso de largo plazo con ellos. Esto permite ir construyendo espacios de confianza a medida que la investigación avanza, esta es

una de las condiciones fundamentales requeridas para el tipo de acercamiento que la investigadora desea desarrollar.

Otro de los criterios está sustentado en uno de los supuestos de los que parte la investigadora basado en su experiencia de vida en el país y la región en el cual se desarrolla este trabajo. La población educada es la que tiene mayores facilidades de acceso a la tecnología, no solo porque puede adquirir computadoras y conexiones, sino porque es la que tiene un nivel educativo que le permite integrar con facilidad la tecnología en su vida cotidiana. Otro de los grandes supuestos de este trabajo es que la población joven es la que ha logrado apropiarse con mayor naturalidad de las tecnologías digitales en general y de la Internet en concreto. No existen en el país datos que confirmen estos supuestos, en los momentos en que se desarrolla esta investigación, por consiguiente, la investigadora explicita estas suposiciones para que se evidencien las percepciones de las cuales se parte.

Finalmente, el cuarto criterio refiere al interés genuino por parte del personal administrativo y docente de los colegios por conocer las percepciones de sus estudiantes con respecto a este tema. Esta investigación espera contribuir con el acercamiento entre maestros y estudiantes alrededor de la discusión de sus resultados.

Los pasos específicos que se han utilizado para el acercamiento metodológico son los siguientes:

1. Elaboración de la encuesta de percepción.

- a. Revisión del archivo de recortes de periódicos de los últimos dos años del área de investigación sobre nuevas tecnologías de la Fundación Acceso donde se guardan noticias, publicidad y artículos sobre el tema. A partir de esta revisión se seleccionaron las percepciones que se deseaban valorar en la encuesta de percepción.

- b. Elaboración de la encuesta de percepción con información descriptiva del estudiante y captura de visiones y percepciones.

- c. Desarrollo de una prueba piloto del instrumento a 5 muchachas y 5 muchachos de quinto año de colegio y discusión con ellos sobre el lenguaje, la presentación y el contenido de los instrumentos.

- d. Modificación de la encuesta de percepción.

2. Selección de los colegios participantes, búsqueda de los permisos correspondientes y definición de horarios para dos momentos. El primero para la aplicación de la encuesta de percepción y el segundo para la elaboración del mural.

3. Aplicación de la encuesta de percepción en 5 colegios y a 174 estudiantes.

4. Valoración de la encuesta de percepción a partir del análisis de frecuencias y de análisis de patrones.

5. Segunda visita a los colegios donde se le ha pedido a los profesores que seleccionen un grupo de al menos 10 estudiantes con igual cantidad de hombres y mujeres.

6. Elaboración de proyectos visuales (murales) por parte de los estudiantes, divididos en grupos de un máximo de 5 sobre la incorporación de la Internet en la vida de muchachos y muchachas de su edad.

7. Grabación de la sesión de creación (no utilizada aún en este reporte de investigación, queda para futuro trabajo).

8. Presentación de cada subgrupo al grupo completo. Grabación de la presentación (esta es la que se ha utilizado en este reporte).

9. Discusión entre grupos. Grabación de la discusión (esta no se ha utilizado para este reporte.

10. Transcripción de las grabaciones.

11. Valoración de los murales y la presentación de los grupos a partir del análisis de patrones.

12. Combinación de los resultados de la encuesta de percepción y los proyectos visuales para elaboración de las primeras conclusiones. (Aún hay mucho que se puede aprovechar de esta combinación, pero se propone para trabajos futuros ya que para este momento no hay suficiente tiempo)

13. Elaboración de las primeras conclusiones.

IV. Los resultados de investigación

IV. 1. El consumo de tecnología en la población adolescente

Para analizar el consumo de tecnología se hace referencia a la encuesta¹⁵. Esta se encuentra dividida en dos partes: la primera de ellas refiere a datos

¹⁵ Ver anexo 1

descriptivos. La segunda rescata más bien las visiones y percepciones de los y las jóvenes con relación a la incorporación de la Internet en la vida cotidiana.

El análisis de los datos se propone primero en forma general, es decir analizando todo el grupo de jóvenes que han participado en el estudio, posteriormente se hará una discusión partiendo de su procedencia geográfica, sexo, tipo de colegio y estrato socioeconómico.

Antes de iniciar con el análisis de los datos se considera interesante rescatar las definiciones que hacen los y las muchachas sobre lo que es la Internet¹⁶. En ese sentido en cada uno de los colegios trabajados se comprende esta herramienta de la siguiente manera.

La Internet en el Liceo de Curridabat (publico, urbano, costos bajos)

En este colegio la principal percepción de la Internet es como medio de información sobre pornografía, noticias, deportes, cultura, entretenimientos.

Los jóvenes refieren a la tecnología como una forma de acceder a otros contextos diferentes al suyo para conocer qué sucede en estos lugares. Se refiere a la Internet como “Centro de información para saber cosas sobre el mundo”

¹⁶ El detalle de las respuestas se puede observar en el anexo 3

En este grupo también se menciona la Internet como medio de diversión y entretenimiento.

En este contexto se define la Internet como espacio de aprendizaje también. Algunas de las menciones en este sentido la refieren como lugar para hacer las tareas del colegio. Sin embargo, en varias de las definiciones se observa la tecnología como un espacio para aprender independientemente de la educación formal. Por ejemplo, “Navegar para aprender más”.

Es interesante destacar que en este caso no se menciona tan frecuentemente a esta herramienta como medio de comunicación. Por ejemplo, solamente se hace una mención al Chat en todo el grupo consultado.

Cabe destacar que en este colegio se hace frecuente mención a los usos de Internet para la pornografía “Internet es sexo libre y gratis”.

La Internet en el Anglo Americano (urbano, privado, costos altos)

Al igual que en el Liceo de Curridabat, se destaca a la Internet como un medio de información. Se menciona como un lugar para conocer “cosas” que de otra manera no se conocerían.

Sin embargo, llama la atención que a diferencia de este otro colegio, se percibe en igual medida a esta herramienta como medio de comunicación, para hablar con los amigos en específico o como “la mejor forma de comunicarse con las personas” en general.

Igualmente se menciona a la red como espacio de entretenimiento. En este aspecto destacan dos visiones, las que la mencionan como “una cosa más que hacer para entretenerme”, es decir como actividad adicional a otras para el tiempo libre o quienes los destacan como “el” medio de entretenimiento principal.

Al igual que en otros colegios se menciona la Internet como el espacio de conexión con el mundo. Esto se expresa en afirmaciones como: “Un espacio informativo que conecta a las personas de distintas partes del mundo.” O sino, “Un medio de interacción con el resto del mundo”

La investigadora desea destacar la expresión “Internet es la globalización en mi compu” que refleja la percepción de tener el mundo entero a la mano por medio de la utilización de esta tecnología.

En este colegio se mencionan otras herramientas digitales como la palm o el celular para la conexión con la red global. Es en el único lugar donde aparece infraestructura diferente a la computadora.

La Internet en el Colegio La Pascua y Liceo Laboratorio (colegios urbanos, privados, costos medios)

Aparecen patrones similares a los mencionados en el colegio anterior como son la Internet como medio de información, de comunicación, de entretenimiento y de contacto con el mundo completo. Se destaca igualmente la utilidad de la Internet para hacer trabajos del colegio.

Se destaca la simplicidad de Internet “una forma simple de mantenerse informado”. También se define como un espacio que les gusta mucho “Un medio de trabajo útil y para aprender por medio de la Internet que nos gusta tanto a los jóvenes”

Aparece el uso de la Internet para aspectos relacionados con la apariencia física como la moda.

La Internet en el Liceo de Cot (colegio rural, público, costos bajos)

Nuevamente se destaca la Internet más como medio de información que como medio de comunicación. Entre ellas, se destaca frecuentemente su utilidad para las tareas escolares.

Se observa igualmente la sensación de acceso al mundo que está expresada en todos los colegios. “Una red de información donde podemos ir más allá de lo demás”

También se menciona como espacio de entretenimiento y para hacer amigos. En este sentido destaca la idea de la Internet como espacio “con muchas posibilidades de conocimiento y aventura”

IV. 1. a. El análisis del acceso

Por medio del análisis de la parte descriptiva de la encuesta se puede realizar una caracterización de la población participante en las actividades de esta investigación. Se han seleccionado algunas de las características más notables para que el lector (la lectora) comprenda mejor la población con la que se ha interactuado.

Cerca de un 80% del total de participantes utiliza Internet mientras que un 20% no lo utiliza del todo. El 62% de ellos(as) tiene acceso en su contexto familiar.

Solamente un 30% de los y las jóvenes asisten a cybercafés. Cerca de un 40% utiliza Internet en la casa de sus amigos(as) mientras que un 60% no usa esta tecnología cuando visitan a sus pares. En el colegio se utiliza Internet solamente para el 45% de quienes participaron.

Casi a la totalidad de los muchachos y las muchachas les gusta (o gustaría) utilizar la Internet (94.3%). Los términos más conocidos (80% o más de los y las jóvenes los conocen) entre 12 que se han consultado son: Web, navegar, MP3, Yahoo y chatear.

Los términos que son desconocidos para ellos (menos de un 30% los conoce) son: e-gobierno, gobierno electrónico, Amazon, foro electrónico, comercio electrónico.

Entre los que se conocen más o menos han sido detectados conceptos como: compras en línea y mundo virtual.

Estas evidencias se complementan con los usos que los y las muchachas dicen que le dan a la Internet. Como usos principales se expresan los relacionados con el entretenimiento (71%) y la investigación (78%).

Como usos intermedios los y las adolescentes indican que lo utilizan para aprender (48%) e informarse (59%).

Como usos menos importantes se encuentran hacer amigos (36%), discutir temas de interés (36%) y crear cosas nuevas (17%).

Con base en estos primeros datos generales se aprecian unos primeros patrones que llaman la atención de la investigadora.

Prácticamente a todos y todas las jóvenes les gusta la Internet, sin embargo cuando se reúnen con sus amigos(as) no utilizan prioritariamente la Internet como forma de pasar el tiempo con ellos(as).

En el grupo, los términos más conocidos refieren al entretenimiento (MP3, Yahoo, chatear) y la información (navegar, Web), mientras que no hay tanta cercanía con los términos relacionados con las compras en línea.

Con respecto a los usos es interesante destacar que hacer amigos(as) no es una de los usos más importantes de la Internet, como podría pensarse desde la visión adulta. Su principal relacionamiento con esta tecnología está orientado más bien al entretenimiento y la investigación.

Entrando más en detalle en el análisis de los datos descriptivos se puede observar en el gráfico 1 que el uso de la Internet en general está relacionado con el nivel de ingreso de los y las jóvenes que en este caso lo hemos supuesto a partir del costo de estudiar en cada uno de los colegios seleccionados. Puede observarse que los estudiantes de los colegios privados son los que usan la Internet y además disponen de esta herramienta en su casa.

Anteriormente se indicaba que prácticamente la totalidad de los y las jóvenes con quienes se ha trabajado les gusta la Internet, sin embargo, el porcentaje de los jóvenes que lo utilizan desciende de acuerdo al costo del colegio en que estudian.

Este factor también está determinando la disponibilidad de la Internet en el hogar. Puede observarse la gran diferencia que existe en este aspecto entre los estudiantes que asisten al colegio de más altos costos y los que asisten al colegio de clase media. Esta diferencia se hace aún mayor para quienes van al colegio de costos bajos.

De la misma manera se comporta el uso de la Internet en casa de los amigos. Entre más caro sea el colegio, es decir en tanto la población pertenece a un nivel socioeconómico mayor más se incrementa el uso de la Internet como mecanismo de relación entre los pares.

Lo que puede parecer una consecuencia de este análisis es que el uso de los cybercafés es mayor para la población estudiantil de escasos recursos. Mientras que entre mayor sea el nivel socioeconómico menos se asiste a estos espacios.

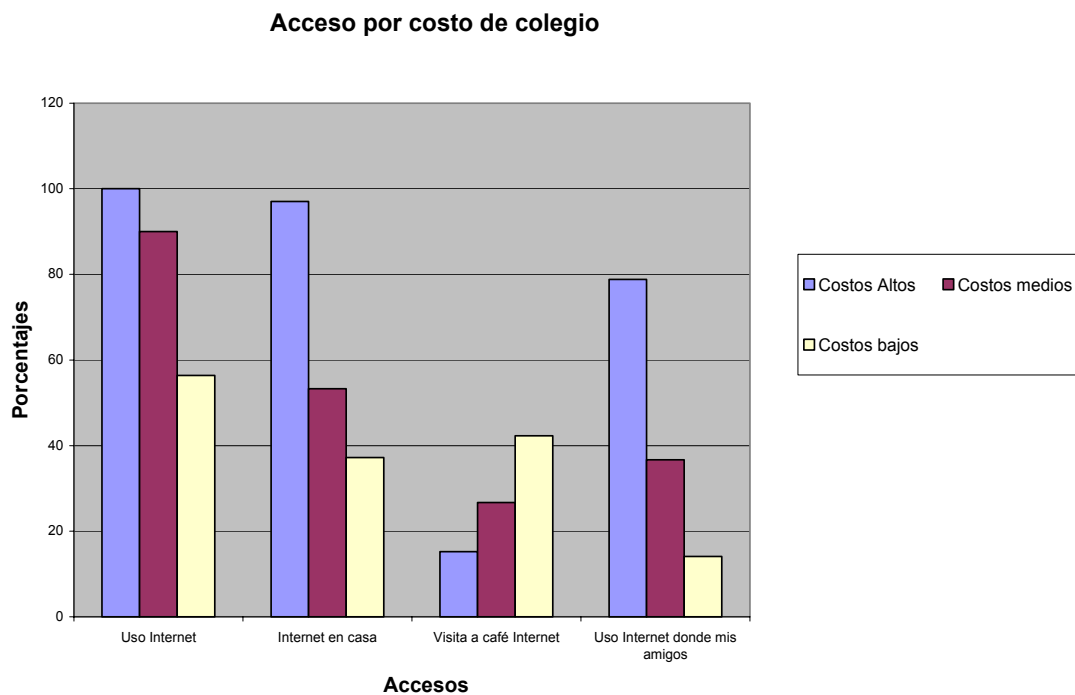


Gráfico 1: Acceso por costo de colegio

Cuando se realiza el mismo análisis de los datos por área geográfica, es decir valorando lo urbano frente a lo rural se pueden observar lo determinante que es este factor en el acceso a la tecnología en Costa Rica para los jóvenes. Si bien es cierto que en el país existe una infraestructura telefónica (90%) y eléctrica (97%) muy grande y que el 60% de escuelas y colegios públicos disponen de laboratorios de cómputo, el acceso a la Internet parece estar determinado en los grupos con los que se ha trabajado por su ubicación en el área urbana y rural.

La diferencia en términos del uso de la Internet en forma general, la disponibilidad en la casa o su acceso en casa de los amigos es determinante según se puede observar en el gráfico 2.

En relación con la utilización en Cybercafés llama la atención que prácticamente se mantiene igual el indicador en ambas regiones geográficas. Esto hay que referirlo a la población que utiliza los cyber cafés y que fue valorada a partir del gráfico 1. Se puede entonces concluir que las poblaciones de menos recursos acceden a los cybercafés para tener acceso a la Internet, independientemente de la zona geográfica en que se encuentren.

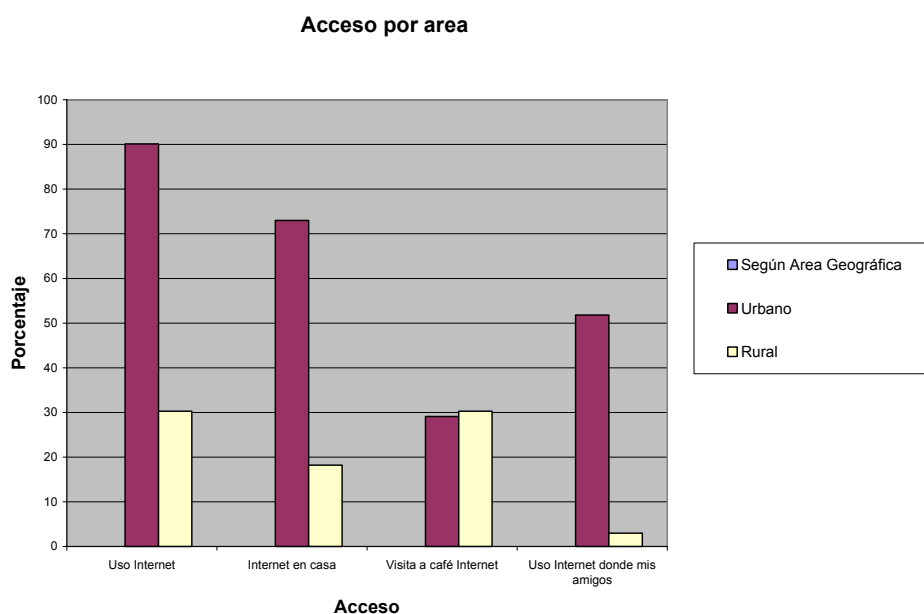


Gráfico 2: Acceso por área

Las diferencias de acceso relacionadas con el sexo, resumidas en el gráfico 3, de la población estudiantil participante son menos evidentes que las otras categorías analizadas. Parece que este factor no tiene una importancia tan grande como los anteriormente mencionados, sin embargo queda por analizar en el trabajo futuro. Lo que interesa destacar en este aspecto es nuevamente la asistencia a los cybercafés que se ha indicado como mayor para las mujeres que para los hombres, lo cual resulta un dato curioso que también queda para valoraciones posteriores.

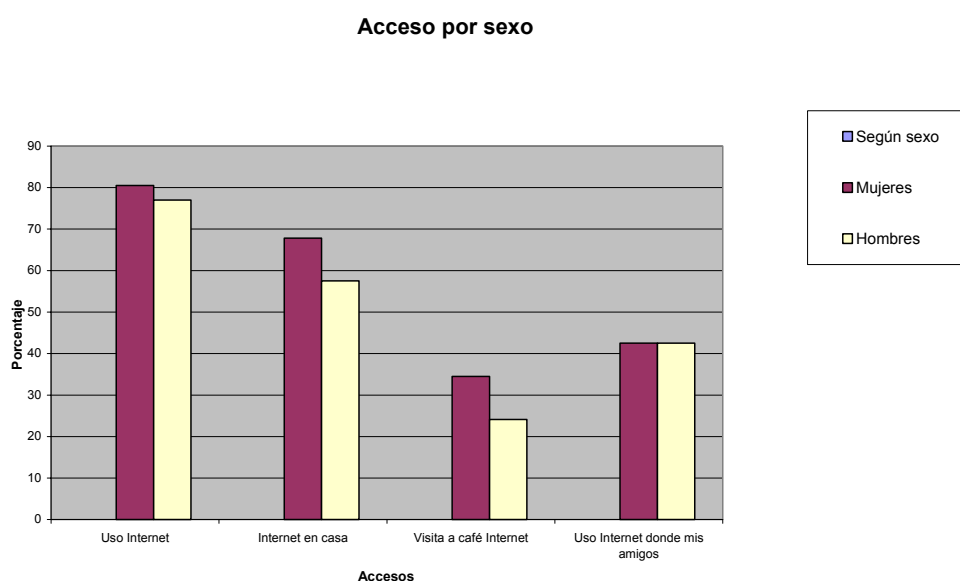


Gráfico 3: Acceso por sexo

Con respecto al comportamiento del acceso relacionado con el aspecto público o privado del colegio, se puede observar una confirmación de las

evidencias anteriores. Si el colegio es privado los y las jóvenes usan regularmente la Internet, tienen acceso desde su casa y lo utilizan con sus amigos.

Los estudiantes de colegios públicos asisten a los cybercafés para acceder a la tecnología, mientras que los de colegios privados no los frecuentan tanto.

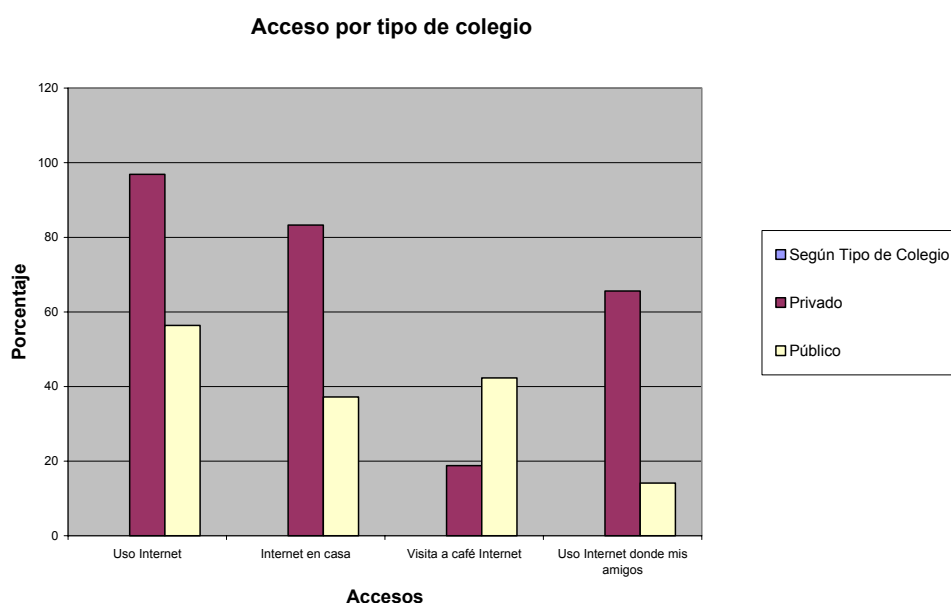


Gráfico 4: Acceso por tipo de colegio

IV.1. b. El análisis de los usos

Una vez comprendido el comportamiento del acceso a la Internet con relación a las variables que se están analizando, se consideró importante obtener algunos patrones relacionados con el uso de la tecnología.

Se decidió analizar las que presentaban mayores distancias entre las respuestas de los participantes. De acuerdo a su procedencia geográfica, sexo, nivel económico o tipo de colegio. Las preguntas que se seleccionaron para valorar el uso son:

- El conocimiento del término “compras en línea”
- El conocimiento del término “Amazon”
- Uso Internet para hacer amigos
- Uso Internet para entretenerme
- Uso Internet para investigar

En términos de los usos se puede observar en el gráfico 5 que para los estudiantes de colegios de costos altos y medios, el término compras en línea es sustancialmente más conocido que para los que asisten a los colegios de bajos ingresos. El término Amazon es conocido por un porcentaje muy bajo de los y las participantes, en este caso los estudiantes de colegios con costos medios y los de bajos costos dicen casi no conocerlo, quienes asisten a los colegios de altos ingresos hacen referencia al término, pero siempre en un bajo porcentaje.

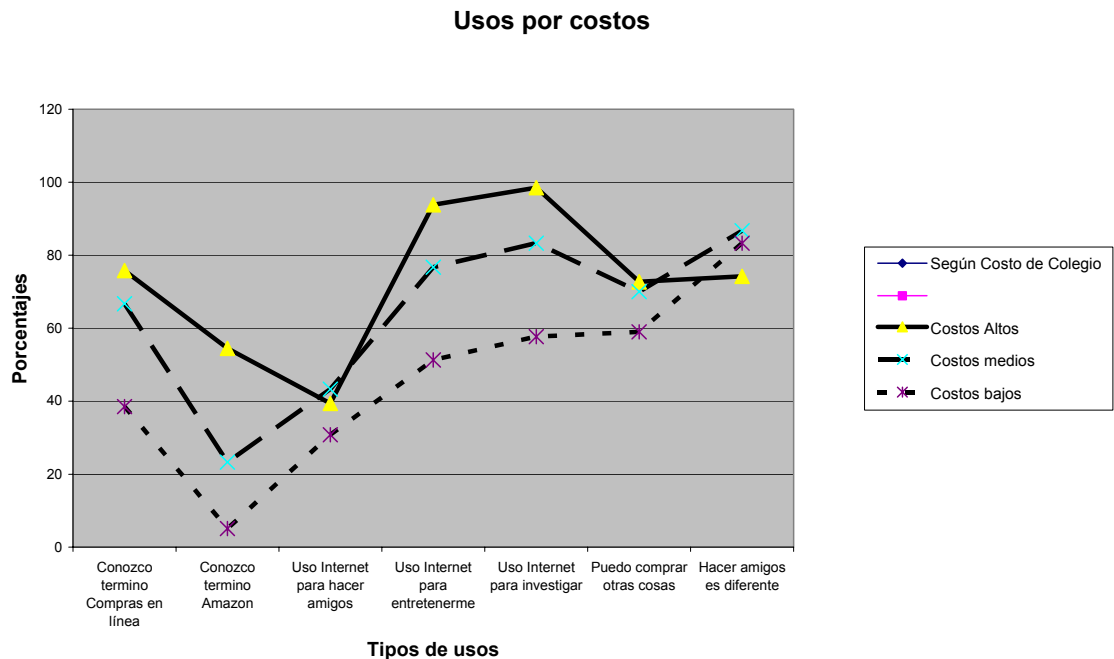


Gráfico 5: usos por costos

Los conceptos que se están utilizando para valorar el uso se presentan muy distanciados de acuerdo al área geográfica a la que pertenecen los estudiantes como se resume en el gráfico 6. Siempre quienes proceden de zona rural no están familiarizados con términos como compras en línea o Amazon como si lo están los que asisten a colegios urbanos.

Igualmente se puede observar una gran diferencia en aspectos como hacer amigos, usar la Internet para entretenerse o investigar que parecen ser usos comunes de los y las jóvenes de colegios urbanos, pero no de quienes asisten a colegios rurales.

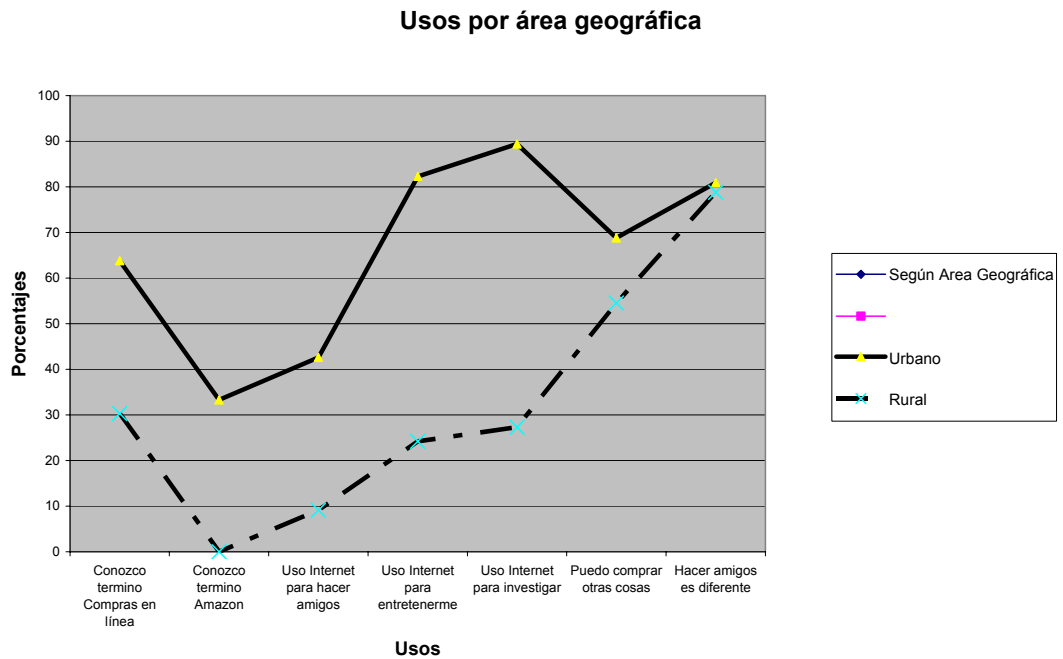


Gráfico 6: usos por área geográfica

También se hacen evidentes en el gráfico 7 las distancias en los usos de acuerdo al tipo de colegio. Donde hay una mayor cercanía entre todos los grupos es en la utilización de esta herramienta para hacer nuevos amigos, aunque su incidencia no es alta.

Se observan nuevamente grandes distancias en el uso para el entretenimiento y la investigación.

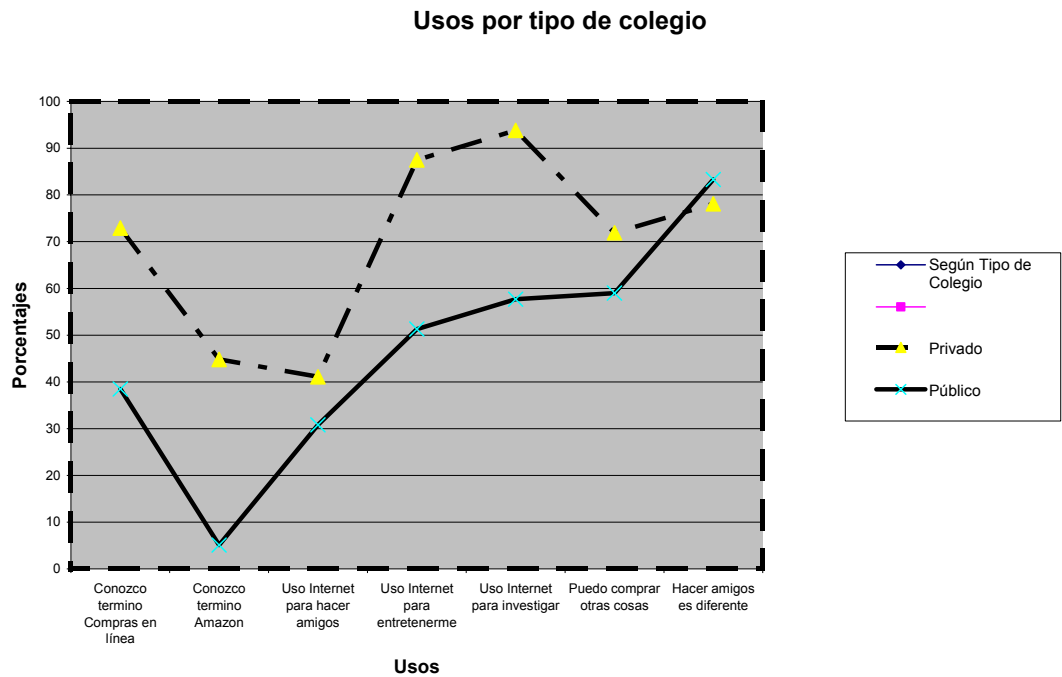


Gráfico 7: Usos por tipo de colegio

Si se sigue el gráfico 8 es poca la diferencia, que se establece en los usos, relacionada con el sexo del o la participante. Se observa una diferencia relacionada con las compras en línea, el conocimiento del término Amazon y la percepción de que por medio de la tecnología se pueden adquirir “cosas” que de otra manera no se podría.

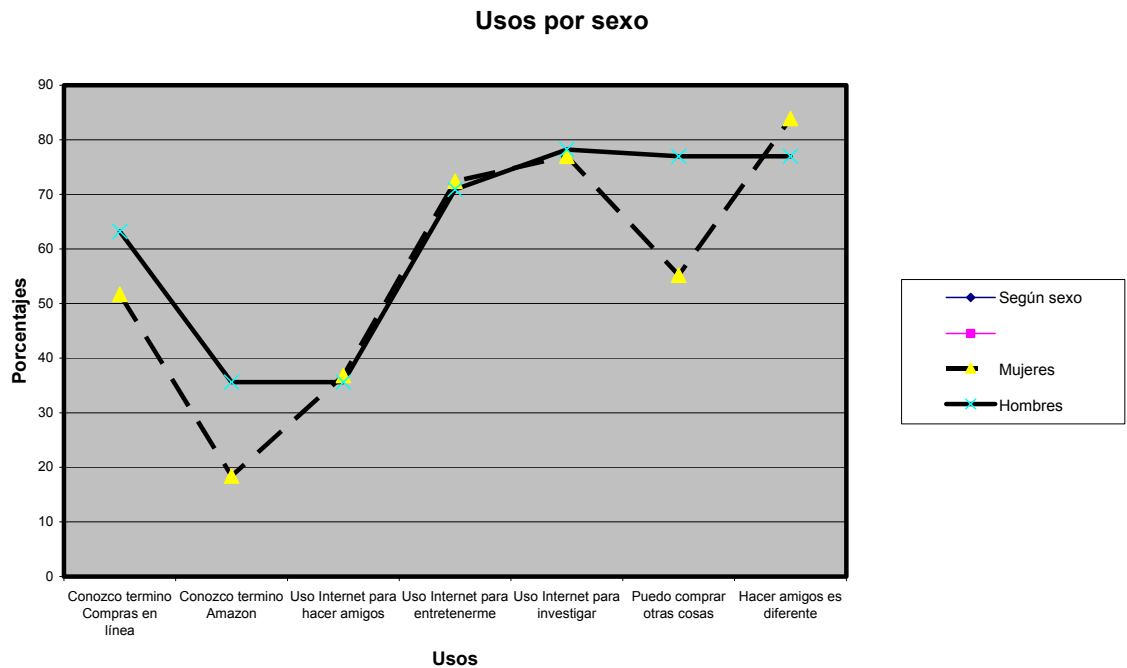


Gráfico 8: Usos por sexo

IV. 2. Las visiones adolescentes

Se han propuesto 13 afirmaciones que se han sometido a valoración de los y las adolescentes por medio de una escala de Likert de 5 categorías (Muy de acuerdo, de acuerdo, no sé, en desacuerdo y muy en desacuerdo). Las frases seleccionadas se han extraído de diferentes textos que aparecen en los periódicos de Costa Rica¹⁷, ya sea en publicidad, noticias o artículos. El objetivo de rescatar la opinión de los más jóvenes sobre estas asumpciones sociales.

¹⁷ Se ha utilizado la colección de periódicos sobre noticias y publicidad relacionada con nuevas tecnologías de información y comunicación del área de investigación sobre nuevas tecnologías de la Fundación Acceso, Costa Rica

Las afirmaciones que quedan totalmente respaldadas (respondieron de acuerdo o muy de acuerdo) por las visiones de los y las jóvenes son:

1. Las personas cambian su identidad cuando están en el mundo virtual (63,2%).
2. Las personas que utilizan la Internet tendrán mayores oportunidades de empleo en el futuro (88,5%).
3. Es frecuente que los jóvenes ayuden a los adultos a manejar mejor las computadoras e Internet (86,8%).
4. La Internet permite establecer relaciones entre personas que de otra manera no se podría (73,6%).

Las afirmaciones que quedan totalmente rechazadas por los jóvenes (en desacuerdo o muy en desacuerdo) son:

1. Las personas que utilizan la Internet son más inteligentes (76,5%).
2. Los y las jóvenes que saben utilizar la Internet son diferentes de los que no la saben utilizar (63%).

Estas afirmaciones que quedan fuertemente respaldadas por todo el grupo se asumen como visiones generales de los muchachos y las muchachas, independientemente de su procedencia y condición de género, económica o geográfica.

Las afirmaciones que quedan intermedias y que será entonces interesante estudiar más adelante según las dicotomías (público-privado, nivel socioeconómico bajo, alto medio, sexo, urbano-rural) son:

1. Los jóvenes utilizan la Internet principalmente para actividades en grupo.
2. Las mujeres utilizan la Internet diferente a los hombres.
3. La gente piensa que los jóvenes usamos la Internet para perder el tiempo.
4. Utilizar mucho la Internet limita la creatividad de las personas.
5. Las personas que utilizan mucho la Internet corren el riesgo de hacerse personas solitarias.
6. Las personas que utilizan la Internet tienen una visión de mundo más amplia.
7. Las personas que utilizan la Internet en Costa Rica son las que tienen mejores condiciones de económicas y sociales

Para futuros análisis se destacan algunas reflexiones alrededor de las visiones expresadas según su orden de importancia:

1. Los(as) participantes perciben en la tecnología una herramienta que los identifica y los diferencia en relación a la población adulta. La tecnología es de los jóvenes, el mejor manejo de la Internet y

las computadoras les permite ejercer una relación de poder frente a los adultos.

2. Llama la atención igualmente la afirmación de que quienes usan la Internet conseguirán mejores empleos en el futuro. Hay una relación causal en el ambiente nacional que incita a pensar que el manejo de la tecnología abre oportunidades. Queda por analizar si esta percepción ha sido ubicada en el contexto adolescente por la población adulta que tiene niveles de dificultad para manejar las nuevas tecnologías y que las mira como una limitante en la búsqueda de empleo.
3. La siguiente afirmación refiere a la posibilidad que abre la tecnología de establecer nuevos tipos de relaciones. Queda por indagar si la percepción de los jóvenes refiere a mayor cantidad, mayor diversidad o diferentes tipos de interacción.
4. La cuarta afirmación positiva tiene relación con la afirmación anterior. Ellos(as) están de acuerdo en que hay un cambio de identidad en el relacionamiento que se hace mediado por la computadora. Será interesante analizar si esta percepción refiere a sus propios comportamientos o si se trata de una visión con respecto al otro. Hay que recordar que en el ambiente nacional existe una valoración (desde los adultos) en términos del temor y la desconfianza que sobre todo los(as) jóvenes deben tener con la interacción en línea. Esta se relaciona con el engaño que puede desencadenar en un peligro para los menores.

5. Otra afirmación interesante es que los jóvenes no piensan que hay una relación entre el uso intensivo de la Internet y la inteligencia de las personas. En algún momento en Costa Rica se percibía a quienes sabían manejar las computadoras como personas muy inteligentes que tenían capacidades fuera de lo común. Sin embargo, parece que los(as) muchachos no establecen esta relación.
6. La última afirmación tiene relación con la anterior. Los y las adolescentes participantes no hacen una diferenciación entre sus pares que utilizan y no utilizan la Internet. El uso de la tecnología no parece establecer un patrón de diferenciación entre ellos y ellas.

IV. 2. a. El análisis de las percepciones

Otro de los retos de este trabajo ha sido complejizar el análisis de las percepciones de acuerdo a los factores de diferenciación que venimos utilizando.

Iniciando por las percepciones relacionadas con el área geográfica en el gráfico 9 se puede observar que ambas poblaciones relacionan en forma sólida la Internet con las posibilidades de empleo sin embargo, quienes provienen de zona rural lo miran con mayores posibilidades.

La diferencia en los usos entre hombres y mujeres está más claramente expresada entre los y las jóvenes de la zona urbana, en la zona rural esta diferenciación es menor. También los participantes de la zona rural expresan en mayor medida que existe una diferencia entre quienes utilizan la tecnología y no lo hacen.

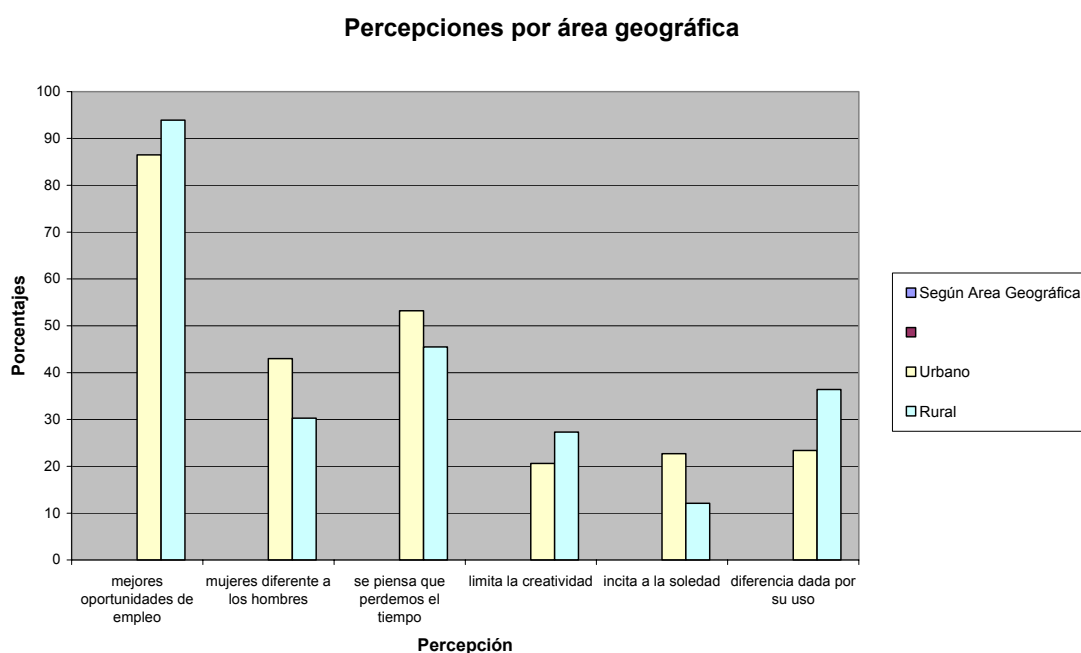


Gráfico 9: percepciones por área geográfica

En el análisis por tipo de colegio (público o privado) del gráfico 10 se destaca nuevamente mayor incidencia en la Internet como oportunidad de empleo entre los participantes de colegios públicos frente a quienes asisten a colegios privados.

Y también nuevamente quienes tienen más oportunidad de acceder a las tecnologías visualizan una diferencia en los usos que le dan las mujeres de los

hombres. Igualmente, estos grupos con mayor acceso perciben más fuertemente que se piensa que los jóvenes pierden el tiempo, que las tecnologías incitan a la soledad y limitan la creatividad. Esto siempre en relación con quienes provienen de colegios públicos que tiene menos posibilidades de utilizar esta tecnología.

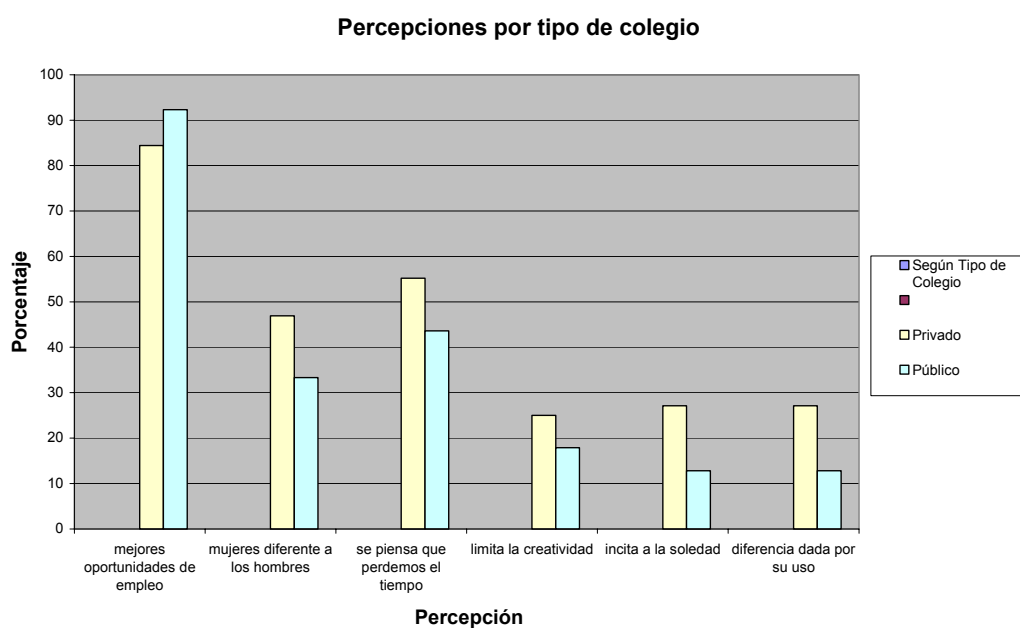


Gráfico 10: Percepciones por tipo de colegio

Nuevamente se repite la percepción de quienes tienen menores condiciones de acceso en el sentido de que la Internet ofrece oportunidades de empleo. En este caso, analizada desde el costo requerido para estudiar al colegio al que asisten.

Se observa prácticamente el mismo comportamiento en las percepciones que las identificadas en los gráficos anteriores. Interesa destacar en este momento el comportamiento de los grupos de los colegios de costos medios. Siempre se comportan de la misma manera que grupos que estudian en colegios de mayores costos si se relacionan con los colegios de menor costo. Hay dos aspectos que han sido subrayados por los muchachos y las muchachas de los colegios de clase media, el hecho de que se considere la Internet como una pérdida de tiempo y la limitación de la creatividad que produce el uso de esta tecnología. Queda para la próxima parte de la investigación valorar más a profundidad estos aspectos por medio del acercamiento a su cotidianeidad.

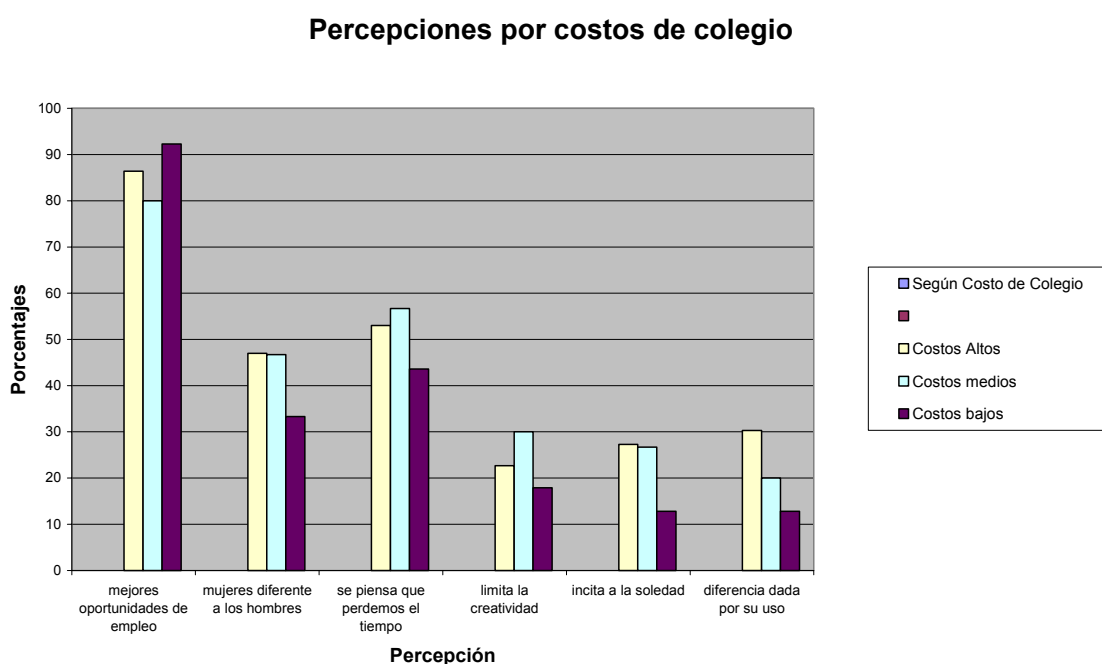


Gráfico 11: Percepciones por costos de colegio

La diferencia en las percepciones según el sexo de la población participante no parece ser significativa, quedará para analizar en posteriores acercamientos esta afirmación, especialmente cuando se relaciona con los resultados del ejercicio de los “collages”. Debe valorarse con cuidado este comportamiento ya que en el gráfico que se presenta a continuación justamente la diferencia más grande refiere a la percepción de que los hombres y las mujeres utilizan diferente la tecnología. Los muchachos consideran que esta diferencia no es tan grande en comparación a lo que piensan las muchachas.

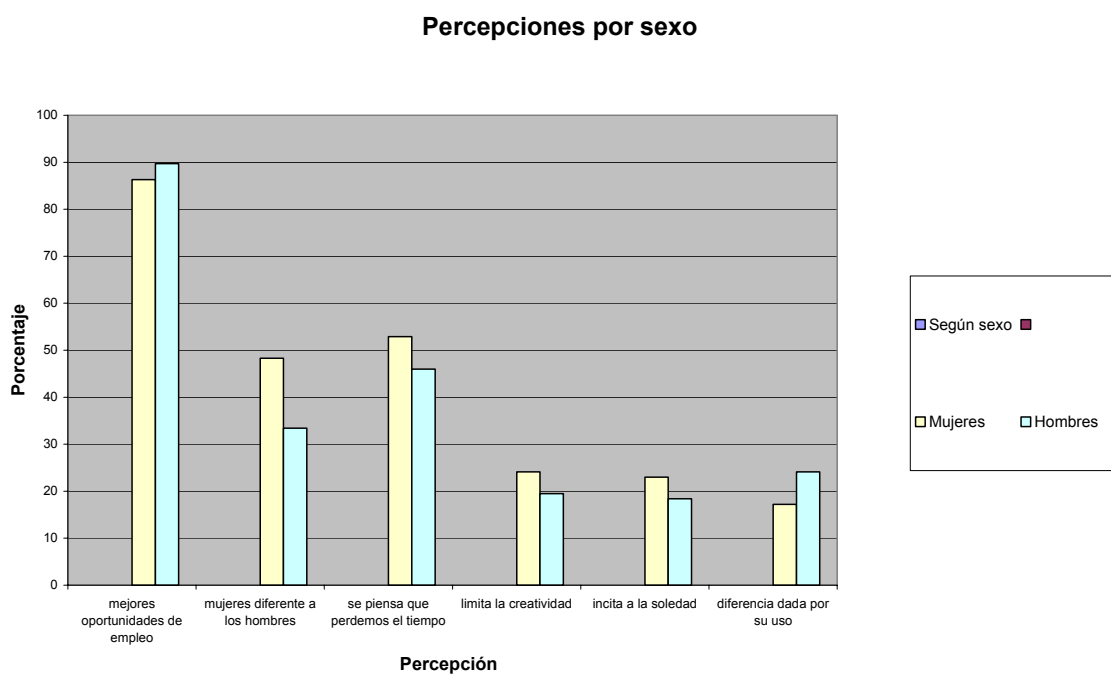


Gráfico 12: Percepciones por sexo

También se puso bajo la mira otros cuatro aspectos de percepción:

1. La posibilidad de comprar nuevos productos a los que no se tiene acceso de otra manera.
2. La diferencia que representa hacer amigos por medios virtuales.
3. La diferencia entre los usos de adultos y jóvenes.
4. Los beneficios y peligros.

Los resultados en detalle resultantes del instrumento se pueden observar en el anexo 3. A continuación se presenta un resumen de los principales patrones observados.

Acceso a “otras cosas”

Un 66% considera que por medio de la Internet se pueden comprar cosas que les gustaría tener y sería más difícil adquirir de otra manera, frente a un 31% que no está de acuerdo con esta percepción.

En cuanto a la percepción sobre el acceso a “cosas” se puede observar que uno de los patrones más importantes es el acceso a la ropa. Esto es mencionado más como una aspiración que como una posibilidad en estos momentos ya que en el contexto costarricense hay muy poca distribución de productos adquiridos en línea ya que para esto hay que tener casillas postales en el exterior y pagar el transporte a las compañías internacionales, lo cual resulta caro, por lo que no es mucha la gente del país que logra tener este servicio. El acceso a la ropa tiene

que ver también con la posibilidad de ver lo que se vende en las tiendas en otros países y no solo con la posibilidad de adquirirla.

Este es un patrón que se encuentra en todos los tipos de colegios y además en ambos sexos. Realmente sorprende a la investigadora la presión alrededor de la ropa que ha sido destacada en esta pregunta por los y las jóvenes, ya que se destaca inclusive por encima de la adquisición de música que es el otro producto que se menciona en todos los colegios.

El otro aspecto mencionado como aspiración de compra son los productos electrónicos como cámaras digitales, cámaras de video y accesorios para el carro.

Nuevos amigos(as)-distintos amigos(as)

El otro aspecto que se ha sometido a valoración es si hacer amigos por la Internet es diferente a hacer amigos en persona. Un 80% consideran que así es, frente a un 16% que no lo piensa de esta manera.

En términos del establecimiento de relaciones de amistad se presentan patrones muy similares en todos los colegios. Se evidencian claramente dos posiciones relacionadas con el establecimiento de relaciones en línea. Por un lado, se menciona la ventaja que se produce al mediar la relación por la computadora ya que permite mantener cierto nivel de anonimato, sobre todo relacionado con la apariencia física, de tal forma que se te conozca y aprecie “por

la forma de ser”, “por lo de adentro” y no por tu cuerpo, forma de vestir o cara. También se menciona que el contacto en línea te permite ser “más abierto y sincero”.

Por otro lado se menciona en todos los grupos el peligro del anonimato en términos del engaño y la diferencia que produce el contacto cara a cara, los gestos, la voz, las miradas, entre otros.

En ambos casos, el establecimiento de relaciones en línea resulta diferente a las relaciones cara a cara, en el primer caso se mira con ventajas y en el segundo con desventajas.

Usos de grandes -usos de jóvenes

Claramente se evidencia la visión de diferenciamiento de los y las jóvenes con los usos adultos. Básicamente se expresa los usos adultos referidos al trabajo, la información y los negocios (“hacer cosas serias”) mientras que refieren sus propios usos a la diversión y el entretenimiento. Se menciona especialmente la música, chatear, hacer amigos(as), explorar y conocer por placer sobre otras partes del mundo. También entre los adultos jóvenes se menciona mucho la Internet como una herramienta para preparar los proyectos escolares.

Es interesante destacar que los juegos no son mencionados como uno de los usos más importantes de la Internet. Es poco frecuente que se mencione

“bajar” juegos de la red o jugar en la red como algo que realicen los y las jóvenes. Se ha mencionado la compra en línea de juegos, pero no con mucha frecuencia.

En los colegios con mayor poder adquisitivo se menciona entre los usos adultos con más frecuencia la utilización del correo electrónico como medio de comunicación mientras que en los de menor poder adquisitivo no se observa este uso, probablemente porque no hay tanta conexión a la Internet en los hogares y los adultos no visitan otros espacios para acceder a la tecnología.

Lo bueno y lo malo

Los sentimientos relacionados con el conocimiento de cosas nuevas que se pueden explorar y la cercanía del mundo que provee la tecnología es uno de los aspectos que más entusiasma a los y las muchachas. Igualmente la posibilidad de contactar gente y hacer amigos es mencionada en todos los grupos como los aspectos positivos.

Ellos(as) visualizan como uno de los principales peligros al encontrarse vulnerables dentro del mundo virtual, se mencionan aspectos como que “se conozca la vida de uno” o “que me contacte con gente mal intencionada”.

Otros patrones encontrados hasta el momento sobre los peligros a los que se enfrentan son la explotación sexual, la adicción a la Internet, la pornografía y la pérdida de valores. Queda para futuros trabajos analizar estos patrones y

descubrir si provienen de las visiones de los muchachos y las muchachas o de los estereotipos y mitos sociales.

Finalmente para cerrar el análisis de percepción, que se ha utilizado en este trabajo, se rescataron las visiones de futuro de los muchachos y las muchachas.

La visión de futuro

Muchos de los aspectos mencionados como visión de futuro por los y las jóvenes son posibles actualmente en otras partes del mundo. Sin embargo, han sido destacados como acciones que puedan estar cercanas a su vida cotidiana en un plazo menor de cinco años. También se indican algunos servicios que ya existen en el país como conocer los teléfonos de las personas, transacciones bancarias o los horarios de algunas instituciones, pero estos aún no se encuentran ubicados dentro del imaginario de los jóvenes.

Hay repetidas menciones a la posibilidad de abastecer la casa por medio de las compras en línea en todos los colegios, independientemente de su ubicación geográfica, tipo o costo. También se menciona la posibilidad de que en el futuro se estudie utilizando este medio “no se utilizarán cuadernos, las clases serán por Internet”.

Se menciona en todos los colegios de zona urbana, pero no en la zona rural, las reservaciones de cines, restaurantes, médicos, citas en salones de

belleza y el servicio Express como otros de los aspectos que van a modificarse con la inserción de la tecnología en sus vidas.

Solamente en el colegio de zona rural, público y con costos menores se hace mención de la potencialidad de la Internet para trabajar (conseguir trabajo o trabajar por medio de la Internet)

En los colegios de mayor poder adquisitivo se perciben transformaciones en la vida cotidiana relacionadas con las tecnologías digitales. Por ejemplo, se mencionan las casas inteligentes, el cuidado de los hijos por medios digitales, la vigilancia de las casas por la pantalla, ver diferentes rincones del mundo por medio de una cámara, robots, ver al abogado por la pantalla.

IV. 2. b. Los patrones de consumo

La otra técnica utilizada para descubrir patrones de consumo de las tecnologías y modificaciones del consumo a partir de la introducción de las mismas fue la elaboración de “collages” o murales.

Se instruyó a los y las participantes para que construyeran una propuesta visual que después explicaran, discutieran y compararan a partir de una frase:

“Cuáles son las modificaciones positivas y negativas que produce la Internet en la vida de una muchacha/muchacho”

En cada una de las propuestas se ha realizado un análisis de patrones que se han posteriormente juntado, comparado y analizado para sacar unas primeras conclusiones. Este trabajo está relacionado con las diferencias dadas por la condición de feminidad y masculinidad. En uno de los casos se propone un extracto de la conversación sostenida por los y las muchachas con la investigadora ya que se considera muy interesante rescatarla por los patrones que se expresan en la misma.

Se presentan al lector los resultados completos de esta propuesta metodológica.



Mural 1

Colegio Anglo Americano

Grupo mixto trabajando sobre el tema de la Internet en los varones

Presentación del grupo

El muchacho que utiliza mal las tecnologías es adicto a las mismas. Principalmente busca pornografía y todo lo relacionado con violencia, como juegos, anuncios, música, etc. Este tipo de muchacho no es feliz. Se encierra en lo que la computadora le da y se enferma. Busca la felicidad en un lugar donde no está y se hace más infeliz. Pusimos “I Jove DOS” como una manera de

representar que este tipo de muchacho se enamora de la computadora y casi se olvida de todas las otras cosas que lo rodean. También lo representamos con los ojos desorbitados y adoloridos de estar tanto tiempo pegado a la pantalla.

El muchacho que tiene otras cosas que hacer no se hace adicto a la computadora. La utiliza para conocer gente de todo el mundo, para tener cosas nuevas que de otra forma no puede conseguir para después compartirla con otros, por ejemplo música. También la usa para conocer más, saber de cosas que de otra manera no podría. Usa la computadora, pero su vida está fuera de ella y así es si es feliz.

Los usos adecuados de Internet y las computadoras dependen de los problemas que tengan las personas, algunos buscan las soluciones allí en las computadoras. Una cosa muy importante es el medio ambiente en el que los muchachos se desenvuelven, como la familia y los amigos. Si no es sociable, cuando utiliza la Internet, se hace adicto.

Resultados de la observación de la investigadora

El grupo decidió representar los efectos de la Internet en la vida de los varones separando los positivos y los negativos. Es interesante notar que el grupo relaciona el uso de la tecnología y sus posibles consecuencias con las características personales del muchacho. El joven retraído que no tiene pocos amigos utiliza la Internet como un escape, mientras que el que tiene facilidad para establecer relaciones y realizar otras

actividades utiliza la Internet para integrarlo dentro de ese mismo estilo de vida. Es importante destacar en la presentación de este grupo la fuerte separación entre las consecuencias positivas y negativas.

Patrones que se destacan en este grupo

1. La adicción a la computadora relacionada con el tipo de personalidad del muchacho.
2. Lo malo y lo bueno de la Internet y las computadoras.
3. Usos malos como la pornografía y la violencia frente a usos buenos como hacer amigos, la música y el conocimiento de otros mundos.
4. El enamoramiento con la computadora como una manera de resolver las dificultades de socialización.



Mural 2

Colegio Anglo Americano

Grupo mixto trabajando el tema de la Internet en las mujeres

Presentación del grupo

La muchacha que utiliza mucho la Internet se aparta del mundo. Esto lo representamos en el dibujo por medio de una burbuja donde ella deja afuera todos sus amigos y amigas y se mete en la computadora.

Por medio del dibujo de los cuadernos y libros queremos expresar que ella ahora se saca cienas¹⁸ debido a todos los recursos que encuentra en Internet para hacer las tareas y los trabajos del colegio. En Internet la muchacha encuentra muchos estímulos relacionados con su apariencia física como dietas, ropa y cosméticos, ella gasta mucha plata comprando estas cosas para verse bonita. Pero esto es contradictorio, porque trata de verse bonita para estar dentro de esa burbuja donde no se relaciona con nadie.

Resultados de la observación de la investigadora

La muchacha es representada como una joven exitosa, esto se refleja en sus excelentes calificaciones, en las posibilidades de acceder y comprar por medios electrónicos a productos de belleza que de otra forma no tendría. Sin embargo, parece que los mismos factores que la convierten en exitosa la aíslan del mundo. La representación de burbuja con mucha gente alrededor que no puede relacionarse con ella y a quien ella tampoco tiene acceso es importante de destacar como parte de los resultados del uso intensivo de la tecnología. Es importante destacar que quienes están fuera de la burbuja son todo tipo de personas, incluyendo gente de su edad y de su grupo de amigos(as).

Un aspecto que no quedó claro en la presentación del grupo es si la sensación de aislamiento se produce porque la muchacha se concentra en la computadora y pierde el interés en las relaciones fuera de esta, o porque ella

¹⁸ La calificación más alta que se recibe en los colegios (100%)

empieza a descubrir un mundo con nuevos códigos que no son fácilmente entendidos por otras personas que no acceden tan frecuentemente a la tecnología.

Patrones que se destacan en este grupo

1. La belleza en la Internet como recursos a los que accede la muchacha.
2. Las compras por Internet de productos que no se consiguen de otra manera.
3. La relación entre el uso de la Internet y las buenas calificaciones.
4. La relación entre uso intensivo de la Internet y el aislamiento

Conversación 1

Colegio Anglo Americano

Extractos de la discusión a partir de la presentación de los “collages”

Muchachos y muchachas: Los adultos no están acostumbrados a usar la tecnología. Cuando la utilizan lo hacen para cosas diferentes que nosotros, principalmente para el trabajo, los negocios, averiguar alguna cosa y las noticias.

Muchachos y muchachas: Los principales peligros que nosotros le vemos a la Internet son:

1. Que se encuentre nuestra información personal en algunos lugares que no sean apropiados y que nos puedan hacer daño
2. Que se robe dinero cuando hacemos compras en línea y se dé a conocer los códigos de nuestras tarjetas
3. Que se utilice para el terrorismo
4. Que se nos acerquen contactos peligrosos por este medio

Todo esto depende mucho de los datos que uno da cuando está utilizando la máquina

Muchachas: a nosotras no nos gusta tanto usar las computadoras, pensamos que a los hombres les atrae más.

Muchachas: No es tanto la cantidad de tiempo lo que hace la diferencia, sino el tipo de uso que le damos.

Muchachos: Los hombres utilizan la Internet principalmente para juegos y música. Mientras que las mujeres lo usan igualmente para la música, pero más para el Messenger que nosotros.

Muchachas: Los hombres utilizan más la Internet porque allí pueden ver pornografía.

Muchachos: A nosotros nos molesta que nos digan que solo vemos pornografía en Internet. No vamos a negar que lo hagamos, pero no es el único uso que le damos.

Muchachos: Además, ustedes las mujeres también ven pornografía.

Muchachas: Si es cierto, tampoco lo vamos a negar, pero muchísimo menos que ustedes porque nos aburrimos rápido de estar viendo eso.

Facilitadora: ¿Con quiénes se relacionan ustedes por medio de los Chat y el correo electrónico?

Muchachos y muchachas: Es principalmente con gente que ya conocemos. Nosotros no utilizamos el Chat para hacer nuevos amigos y amigas muy frecuentemente, sino para mantener las relaciones con gente que conocemos y que está fuera, con la familia o con los mismos amigos de aquí. Pero es sobre todo con personas conocidas.

Muchachos y muchachas: la Internet es en estos momentos el principal medio que tenemos para estar en contacto con el resto del mundo.

Facilitadora: ¿Y en los café-Internet se conoce mucha gente?

Muchachos: No, allí todo mundo está pegado a la compu, esos no son espacios para conocer gente. Para relacionarte con otras personas, hacer amigos, vacilar, etc. vamos a otros lados. Tenemos muchos lugares para hacer esto como las fiestas, los paseos, los bares, los clubes.

Facilitadora: ¿Qué cosas pueden obtener en la Internet que no tienen a la mano en Costa Rica?

Muchachos: Si pudiéramos compraríamos libros y cosas para mejorar las computadoras. Pero la verdad es que los papás no nos prestan las tarjetas de crédito para comprar por Internet, primero porque piensan que es peligroso que les hagan un robo y segundo porque no nos dejan gastar y creen que hay que

pagar muchos impuestos. Ellos no saben que se puede comprar hasta 500\$ por Internet sin impuestos. Nosotros les decimos pero ellos no se han convencido.

Facilitadora: ¿Cómo piensan que será en el futuro, a medida que se utilice más la Internet?

Muchacho: En el futuro van a existir conexiones de altísima velocidad, entonces la gente va a estar conectada todo el tiempo.

Muchacho: Va a haber menos regulación en los derechos de autor. No van a existir los libros, todo se va a poder leer en Internet.

Muchacha: Los niños van a saber más cosas, malas y buenas, desde antes.

Muchacha: la gente va a volverse más ociosa porque todo se va a poder hacer en línea.

Patrones que se destacan en la discusión

A

1. La diferenciación entre jóvenes y adultos en el uso de la tecnología.
2. Los riesgos de mal manejo de su información personal y de las tarjetas de crédito.

3. La diferencia de los usos entre muchachos y muchachas expresadas en los varones por los juegos y en las muchachas por el uso del Messenger.
4. La pornografía como un factor de uso en ambos sexos pero con más interés por parte de los muchachos.
5. Se sostiene fuertemente la idea de que las relaciones se inician fuera de los espacios de las computadoras: el Chat principalmente para mantener relaciones ya existentes, los cybers-café no son un espacio de interacción.
6. La poca posibilidad de adquirir cosas por medio de compras en línea.
7. Una visión de mundo a futuro: más conexión, menos derechos de autor, más tiempo ocioso, más contacto con cosas buenas y malas en más corto tiempo –especialmente destacadas en el caso de los niños -.
8. Futuras generaciones se benefician de la tecnología.



Mural 3

Colegio La Pascua

Grupo de muchachos trabajando sobre la Internet en los varones

Presentación del grupo

Como puede verse el “collage” está totalmente lleno, con eso quisimos representar la saturación de información que se produce por la Internet. Después fuimos poniendo una X a las cosas que creemos que van a ir cambiando y dejamos las que creemos que se van a mantener o estimular.

Las consecuencias de la Internet son muy positivas, se nos abren muchas posibilidades debido a esta tecnología. Por ejemplo a la izquierda representamos con la Torre Eiffel, el contacto que esta nos permite con el resto del mundo, por medio de la Internet podemos conocer otras realidades. Internet está por todo el mundo, entonces uno puede viajar desde aquí.

Luego le pusimos una X al chiquito que está jugando con monedas y dejamos la muchacha con la tarjeta de crédito porque creemos que pronto no va a ser necesario utilizar dinero, todo se va a poder comprar por Internet sin necesidad de moneda. En la parte de abajo a la derecha por medio de un anuncio de varios productos representamos todas las opciones de productos que podemos comprar gracias a la Internet, por este medio tenemos acceso a un montón de productos que de otra manera no solo no conoceríamos, sino que además no podríamos comprar.

Seguidamente tachamos un grupo de agricultores cultivando porque pensamos que vamos a dejar la agricultura ya que más bien vamos a trabajar en las ingenierías por medio de las computadoras desde sus casas.

También vamos a conseguir novia por medio del Chat, esto es muy bueno porque no nos vamos a dejar llevar por la apariencia física, sino por el interior de las personas.

Las personas vamos a hacer menos deporte por estar sentados siempre en las computadoras y vamos a ser más sedentarios.

Se va a tener acceso a todo en la computadora, por ejemplo libros y enciclopedias, esto le representamos por medio de los libros y la biblioteca en el “collage”.

También para festejar las cosas, ya no se tendrá que ir sino que bastará con verlas desde Internet, como por ejemplo los partidos de fútbol, por eso pusimos estas bolas saliendo de la pantalla a mano derecha.

Le hemos puesto el nombre de Cegatón a este señor que está arriba a la derecha porque de tanto “estar viviendo” en la computadora se va quedando ciego y va a pasar metido siempre en la casa porque allí tiene todo su mundo.

Resultados de la observación de la investigadora

Este grupo representa una propuesta compleja de transformación de su cotidianeidad a partir de la incorporación de la tecnología en vida diaria.

La valoración del aporte de la tecnología en su vida es muy positiva. Aunque en el collage se hayan expresado algunas disyuntivas como la reducción de los espacios colectivos presenciales o las consecuencias físicas de la sobre

exposición al medio digital, sus comentarios estuvieron orientados a las oportunidades que la tecnología les abría.

Patrones que se presentan en este grupo

A

1. Nuevos consumos, no solo por la información sobre los productos sino también por la posibilidad de las tarjetas de crédito.
2. Transformación del trabajo.
3. Transformación de los tiempos de ocio: menos actividad física, menos asistencia a espacios colectivos presenciales.
4. Transformación de la información (del papel al medio electrónico).
5. Modificación de la búsqueda de pareja y compañía.
6. Acceso al mundo y conocimiento de otras realidades.
7. Consecuencias físicas del medio: stress, cansancio y problemas visuales.



Mural 4

Colegio La Pascua

Grupo de muchachas trabajando la Internet en las mujeres

Presentación del grupo

En la parte inferior a la derecha representamos a las mujeres perfectas que vemos en la Internet cuando consultamos sobre cosméticos, ropa y otros accesorios. Por eso pusimos palabras como cuerpo, corra, calorías que son las cosas a la que se incita a las mujeres en Internet.

El Internet muestra a las mujeres perfectas y nos hace pensar que debido a su apariencia siempre estarán acompañadas y tendrán una mejor vida. Por eso hemos puesto también la palabra “Vergüenza” porque como mujeres se produce ese sentimiento al no poder llegar a los niveles de belleza que se nos exige.

Esto está relacionado con la palabra “belleza” que pusimos a la izquierda, se nos presenta en la Internet un estereotipo de belleza del cual va a depender la posibilidad de estar sola o la facilidad de tener compañía.

También hemos puesto la palabra “consumismo” y la hemos ilustrado con productos que se pueden adquirir por Internet. Sentimos que la Internet contribuye junto con otros medios a tener mucha presión por el consumo excesivo.

Por medio de la Internet podemos aumentar nuestro conocimiento, basado principalmente en la interculturalidad ya que podemos acceder a personas de diversas nacionalidades, culturas y formas de pensar.

También creemos que se va a leer menos, porque todo va a estar ya organizado y listo en la Internet.

Todas estas cosas, basadas en la tecnología van a producir una vida más estresada. Se van a lastimar los ojos de tanto estar pegados a las computadoras, por eso hemos puesto la palabra “ojo” y un dibujo del ojo en el centro del cartel.

También pusimos una leyendo que dice “influencia del medio” con la que queremos representar la importancia que tiene esta nueva tecnología en la vida social.

Resultados de la observación de la investigadora

Las muchachas presentan un balance entre aspectos positivos y negativos de la integración de la tecnología en sus vidas.

Es necesario destacar nuevamente la presión por la apariencia física y los estereotipo de belleza que vuelven a aparecer en el trabajo presentado que la investigadora veía más relacionados con otros medios de comunicación.

Patrones que se presentan en este grupo

1. Los estereotipos de belleza.
2. La presión de las muchachas por alcanzar los estereotipos de belleza.
3. Presión por el consumo.
4. Interculturalidad y nuevos conocimientos.
5. Reducción de la lectura.
6. Impacto en la cotidianeidad: stress, problemas de la vista.

Pusimos dibujos sobre los estereotipos de belleza que también se presentan por este medio.

La Internet produce mucha felicidad porque estar allí distrae mucho. Ellos viven una nueva vida porque se hacen dependientes del Internet, así viajan por el mundo. Se apasionan con la gente conocimiento diferentes culturas y personas por eso pusimos “por el mundo de aquí y de allá”.

También produce mucho cansancio, mucho stress, dolor de cuello, por estar tantas horas en la computadora.

Con la palabra “peligro” quisimos representar lo de la pornografía. Pero no es por la pornografía que la gente enferma, sino que el gusto por la pornografía es una enfermedad y a la gente que tiene esta enfermedad se le intensifica porque las posibilidades de acceso a ese material le dan más fuerza a su problema.

La Internet cambia la vida, por eso pusimos palabras como “transformación” y “una nueva vida”.

Resultado de las observaciones de la investigadora

El grupo ha destacado el placer como símbolo de la Internet. Se presentan los nuevos tipos de relacionamiento en la amistad y el amor. También se

evidencia lo relacionado con la pornografía y el sexo, también se destacan los sentimientos de felicidad, distracción y entretenimiento.

Patrones dentro de este grupo

A

1. La pornografía como peligro.
2. Las relaciones de pareja mediadas por la Internet.
3. La dependencia de la Internet.
4. La transformación de la vida.
5. El acercamiento a otras culturas y otros contextos.
6. Las consecuencias físicas: el cansancio y el stress.



Mural 6

Colegio La Pascua

Grupo mixto trabajando sobre el tema de la Internet en las muchachas

Presentación del grupo

Quisimos representar la obsesión por los objetos materiales. Las personas que usan la Internet incrementan su deseo de comprar por que con la Internet se da la sensación de que es más fácil adquirir cosas, inclusive las que no se

consiguen en el mercado nacional. Representamos estos deseos por medio de artículos como ropa, accesorios, cosméticos que son los principales estímulos que reciben las muchachas por este medio.

También quisimos destacar el estereotipo de las mujeres bonitas que se promueve en las modelos y las estrellas de cine que se encuentran en los lugares de la Internet que frecuentan las muchachas. Estos estereotipos de mujeres enfermedades como la bulimia y la anorexia al querer ser como las estrellas, las reinas y las princesas que se ven en la Internet. Además se desarrollan sentimientos de frustración por no poder comprar todas las cosas que se supone que podrían hacer más bonitas a las mujeres.

Resultados de la observación de la investigadora:

Es interesante notar que este grupo presenta como consecuencias de la utilización de la Internet por parte de las mujeres algunas de las que clásicamente se enfrentan en las tecnologías de información y comunicación más tradicionales, como son los estereotipos de belleza y el estímulo al consumo de productos de belleza.

No aparecen en este grupo consecuencias relacionadas directamente con la tecnología digital.

Patrones que se presentan en este grupo

1. El estereotipo de belleza femenina presentado en Internet.
2. La presión de las muchachas por alcanzar el estereotipo de belleza presentado en Internet.
3. El estímulo del consumo, principalmente de productos relacionados con el estereotipo de belleza.
4. Sensación de facilidad para adquirir objetos

las fotos de las mujeres representamos la posibilidad que tienen los hombres de ver mujeres bonitas y también pornografía. Y en la foto de los niños quisimos decir que esta tecnología es una oportunidad para los chiquitos de jugar y aprender.

Principales patrones

1. Acceso a la pornografía.
2. Acercamiento del mundo – conocimiento de otras realidades.
3. Acceso a la música.
4. Belleza de la mujer en línea.
5. Futuras generaciones se benefician de la tecnología



Mural 8

Colegio Laboratorio

Grupo mixto trabajando la Internet para las mujeres

Presentación del grupo

En el collage representamos los principales usos que las muchachas hacen de la Internet. Uno de los principales usos es para cosas de belleza como dietas, productos cosméticos y la moda en todas las partes del mundo. Ellas también lo usan para ver qué se puede comprar fuera del país. Todo esto es lo que se expresa en la parte izquierda del cartel.

En la parte central del *collage* y hacia arriba representamos diferentes destinos, ya que las mujeres también están interesadas en conocer sobre otros lugares y como llegar a ellos. Otro uso que se le da es el de informarse sobre noticias que están sucediendo fuera y dentro del país

También se utiliza Internet para la piratería de diferentes productos, sobre todo de música.

Uno se puede hacer adicto al Internet, las mujeres no tanto, pero los hombres sí.

Mi novio se sienta y se queda horas de horas frente al computador, es como adictivo.

Patrones que se destacan en este grupo

1. Uso de la Internet relacionados con la belleza (cosméticos, dietas, ropa).
2. Internet para comprar o ver nuevos productos.
3. Conocimiento de otros destinos.
4. Noticias sobre su realidad y otras realidades.
5. Internet para la piratería.
6. Adicción a la Internet de los hombres

Patrones expresados en los murales

Para este documento el análisis de los murales o “collages” se realiza priorizando las diferencias de sexo (hombre-mujer). La intención de la investigadora es desarrollar análisis posteriores con una mayor cantidad de murales en diversos colegios que le permitan no solamente complementar las diferencias de percepciones relacionadas con el sexo, sino también con la ubicación geográfica (rural-urbana), el costo del colegio (alto, medio, bajo) y el tipo de colegio (público-privado).

A los y las jóvenes se les ha solicitado expresar las diferencias de incorporación de la Internet en la vida de muchachas y muchachos. Por medio de este trabajo se ha pretendido observar los patrones que se repiten con mayor frecuencia y de tal manera comprender las percepciones y visiones de los participantes basadas en sus propias experiencias de vida.

Se han podido identificar diversos patrones hasta el momento. El objetivo de este primer acercamiento a esta metodología es valorarla para un trabajo de mayor envergadura en el futuro y empezar a encontrar patrones que permitan desarrollar una discusión alrededor del concepto de consumo desde la cotidianidad de los y las muchachas.

Se separa el análisis en patrones relacionados con lo femenino, patrones relacionados con lo masculino y patrones comunes. También se hace una

discusión sobre los aspectos que aún no se pueden mencionar como patrones, pero que quedan para valorar cuando se desarrolle un este ejercicio en mayores magnitudes.

Patrones relacionados con lo femenino

Un patrón que se ha evidenciado claramente en el trabajo de los murales refiere a la apariencia física de las muchachas y la presión que los usos que ellas le están dando a la Internet producen en sus vidas.

En este sentido se puede decir que las jóvenes están utilizando la Internet para acceder a recursos relacionados con la belleza y la apariencia física, por ejemplo dietas, cosméticos, ejercicios, ropa.

También se hace evidente, a partir de este ejercicio, que los sitios que ellas consultan, aunque no sea relacionados con los temas mencionados anteriormente, también destacan la apariencia física como un valor fundamental. Ellas reciben muchos estímulos que presionan una apariencia física ideal.

Se menciona repetidamente los estímulos que presionan a las muchachas por tener una excelente apariencia física. De esta va depender “el éxito”, “estar siempre acompañadas” o “verse bonita”.

“El Internet muestra a las mujeres perfectas y nos hace pensar que debido a su apariencia siempre estarán acompañadas y tendrán una mejor vida. Por eso hemos puesto también la palabra “vergüenza” porque como mujeres se produce ese sentimiento al no poder llegar a los niveles de belleza que se nos exige”

Colegio La Pascua

Se expresa la presión, frustración y vergüenza, como ellas lo describen por no poder alcanzar estos ideales. Las y los participantes tienen claridad que existen estereotipos de belleza que se encuentran reforzados por medio de los usos que ellos hacen de la tecnología, pero no pueden salirse de la presión que se ejerce en ellas.

También se mencionan las buenas calificaciones que ellas pueden obtener como producto de la investigación que realizan utilizando las tecnologías.

Patrones relacionados con lo masculino

En los muchachos se destaca particularmente las nuevas formas de relacionamiento como potencialidad de la tecnología. Se mencionan que por este medio se pueden tener nuevos amigos y que se puede encontrar pareja.

“Los hombres se enamoran de las personas que conocen por medio de la Internet”

Colegio La Pascua

También los muchachos mencionan el peligro de la pornografía como un patrón de consumo peligroso.

Patrones comunes

Un patrón común a ambos sexos es que la Internet es percibida como una herramienta de acceso al conocimiento y al aprendizaje.

Sobre todo se destaca en todos los murales el acceso al conocimiento de otras realidades lejanas al referente inmediato que tienen los muchachos y muchachas.

Otro patrón que se manifiesta en los “collages” de ambos sexos es el riesgo que se corre hacia el aislamiento y la poca socialización, así como los problemas de salud que puede representar el uso intensivo de las computadoras como la falta de ejercicio, el stress y los problemas de la vista.

Otro patrón común es el consumismo, en casi todos los grupos se menciona la posibilidad de observar y conocer nuevos productos y acceder a ellos por medio de las tecnologías.

V. Conclusiones

A través del desarrollo de este trabajo se ha tenido contacto directo con la complejidad del tema que se desea abordar aún con mayor profundidad. Por este motivo es que la investigadora no tiene pretensiones de conclusiones finales en este momento del desarrollo del mismo.

Lo que se quisiera en estos momentos es intentar una primera propuesta que sea validada y discutida a partir de los próximos acercamientos que concluyan con el trabajo de tesis doctoral.

Estas primeras conclusiones se referirán a los retos conceptuales y metodológicos planteados al inicio de este período de investigación.

El consumo de tecnologías

A través de la presentación de los resultados del análisis de las técnicas utilizadas se ha podido observar el consumo de las tecnologías en las poblaciones participantes. Se ha analizado tanto lo relacionado con el acceso, el uso y las visiones y percepciones que los y las jóvenes tienen de esta herramienta.

Se ha hecho evidente como la influencia de factores como la zona geográfica y el tipo de colegio determinan el consumo de tecnologías.

Ha sido interesante observar que el costo del colegio aunque también sea un factor fundamental que ha marcado diferencias, no siempre ha sido un factor que diferencia en aspectos como el uso de Internet para hacer nuevos amigos.

También ha sido interesante mirar como los estudiantes de colegios con costos medios a veces se acercan a los patrones de consumo de los colegios con costos altos, pero a veces se acercan más bien a los de los costos bajos.

Un hecho que causa curiosidad es que la diferencia de sexo no ha sido factor determinante en la caracterización del acceso, el uso y la percepción, pero si hay diferencias muy marcadas en los patrones de consumo que se han descubierto en los murales. Esto parece manifestar que abiertamente los muchachos y las muchachas no consideran evidentemente sus diferencias pero si se encuentran subyacentes en sus imaginarios y referentes.

El concepto de consumo

Aún queda mucho que descubrir para poder proponer una redefinición del concepto de consumo a partir de las transformaciones que produce el consumo de tecnologías en la población adolescente. Por ahora unas primeras pistas que

proviene de las primeras reflexiones de la investigadora. Por ahora se propone continuar con el análisis de tres aspectos para la redefinición del término consumo a partir de las experiencias de vida adolescente

- El consumo de bienes que pueden ser bienes materiales o bienes de conocimiento, donde se accede a ambos indiferentemente sin que unos tengan más importancia sobre los otros. Estos bienes son además globales, es decir no tienen un referente material en el país de origen de los jóvenes, inclusive muchos de ellos no han sido nunca vistos directamente, sino solamente por medios virtuales.
- El consumo de relaciones de todo tipo desde las más afectivas hasta por ejemplo las necesarias para el desarrollo académico de los y las muchachas. Los patrones de consumo de relaciones redefinen el relacionamiento mismo.
- El consumo del mundo, este nombre parece un poco extraño, pero refiere al hecho que ha sido altamente mencionado por las y los muchachos en el sentido de que se puede viajar desde aquí, se puede conocer el mundo desde cualquier lado, que se tiene el mundo entre las manos. Es la sensación de que se puede consumir al mundo.

El acercamiento metodológico

El acercamiento metodológico diseñado parece ser de gran utilidad para la propuesta de trabajo. Se hará una revisión de algunas de las preguntas del cuestionario, especialmente basadas en las que no tienen mucha diferencia de acuerdo a los factores que se analizan y las que no parecen producir información relevante.

Se considera que el trabajo con los murales continuará de la manera que se ha desarrollado hasta ahora, sin embargo, para efectos de procesamiento de la información que se genera se requerirá indudablemente de apoyo de tecnología.

La propuesta de trabajo es continuar con este abordaje en una mayor cantidad de colegios de Costa Rica para continuar con la discusión de los patrones de consumo y consumo de tecnología en la población adolescente. Igualmente, si se logra conseguir financiamiento se espera poder expandir la propuesta a la región centroamericana. También sería interesante realizar un proceso de comparación con algún país desarrollado, utilizando la misma propuesta metodológica.

Se espera también pasar estas primeras reflexiones a la discusión de adultos que han trabajado con poblaciones adolescentes, por ejemplo, maestros, miembros de instituciones públicas, organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales. Pero principalmente se espera desarrollar una actividad de

validación con los mismos muchachos y muchachas antes de continuar con la siguiente fase de trabajo doctoral.

VI. Bibliografía

Appadurai, A. (1991). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Editorial Grijalbo, S.A. de C.V.

Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres* (ed. original 1998). Barcelona : Gedisa.

Consejo Nacional de Política Pública de la Persona Joven. (2002). *Jornada de Investigación sobre Juventud*. Ministerio de Cultura Juventud y Deportes.

Cortina (2002). *Por una ética del consumo*. Madrid : Taurus

Donas, S.B. Compilador(2001). *Adolescencia y Juventud en América Latina*. Libro Universitario Regional.

Douglas, M.; Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México. Editorial Grijalbo, S.A.

Featherstone, M. (2000). *Cultura de consumo y posmodernismo* (ed. Original 1991). Buenos Aires: Amorrortu.

Gil, A. y Feliu, J. (coordinadores) (2004). *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*. Barcelona. Editorial UOC.

Juárez G, A; Samuel-Lajeunesse J.F. – Coordinadores (2004). *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*. Editorial UOC.

PNUD, (2001) *Informe sobre el desarrollo humano 2000. Poner el adelanto tecnológico al servicio del desarrollo humano*. México. Mundi-Prensa Libros, S.A.

Wallace, P, (2001) *La psicología de internet*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Anexos

Anexo 1: Encuesta

Investigación doctoral

Usos cotidianos de la Internet en Costa Rica

Doctorado en Sociedad de la Información y el Conocimiento Universidad Abierta de Cataluña

Investigadora Kemly Camacho, ced 1-604-476

Estimados muchachos y muchachas, primero que todo quiero agradecerles mucho el tiempo y la disponibilidad de apoyar este trabajo de investigación que es parte de una tesis de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento de la Universidad Abierta de Cataluña.

Este trabajo se está realizando en varios colegios del país. La investigadora agradece al colegio al que ustedes pertenecen la oportunidad que le están brindando para hacer este trabajo y como retribución entregará los resultados finales de su investigación a la Dirección, pero nunca entregará el dato específico de alguno(a) de los(as) estudiantes.

Todos los datos que se provean se manejarán en forma confidencial. No hay que poner el nombre y se tiene toda la libertad para contestar este instrumento o no.

Edad : _____ años

Sexo : _____ Femenino _____ Masculino

Uso internet : ____ Si ____ No

1.- Seleccione una o varias de estas opciones :

_____ Yo no uso Internet

_____ Yo uso Internet en mi casa o donde alguien de mi familia

_____ Yo uso Internet en un café-Internet

_____ Yo uso Internet en le colegio

_____ Yo uso Internet en la casa de mis amigos

2.- Internet es.....

3.- Escoja una de estas opciones

_____ A mí me gusta Internet _____ A mí no me gusta Internet

4.- De los términos que se muestran a continuación, encierre en un círculo los que te son familiares.

e-gobierno
electrónico

MP3

Comercio

Web

Gobierno Electrónico

Chatear

Navegar	Compras en línea	<i>Amazon</i>
Mundo virtual electrónico	Yahoo	Foro

5.- Si utiliza Internet escoja una o varias opciones de las que aparecen en la casilla.

Si no utiliza Internet pase a la siguiente pregunta

Yo uso Internet para....		
☐ Entreterme	☐ Hacer amigos	☐ Crear cosa nuevas
☐ Investigar	☐ Discutir temas que me interesan	
☐ Aprender	☐ Informarme	
Para otras cosas como		

6. Las siguientes son afirmaciones que se han extraído de conversaciones con diferentes personas. Según su propia opinión seleccione si coinciden o no con lo que usted piensa.

6. a. Los y las jóvenes utilizan la Internet para hacer actividades en grupo más que actividades individuales.

--- Muy de acuerdo --- De acuerdo --- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. b. Las personas cambian su identidad cuando están en el mundo virtual. Es decir, son diferentes cuando se relacionan por medio de la Internet que cuando se relacionan en persona.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. c. Si aprendemos a usar bien la Internet los jóvenes y las jóvenes tendremos mejores oportunidades de trabajo en el futuro.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. d. Las mujeres utilizan la Internet para diferentes cosas que los hombres.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. e. La gente piensa que los y las jóvenes utilizamos la Internet para perder tiempo.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. f. Es frecuente que las personas jóvenes ayuden a los adultos a manejar mejor las computadoras y la Internet.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. g. La Internet permite establecer relaciones entre personas que de otra forma no se podría.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. h. Las personas que utilizan la Internet son más inteligentes.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. i. Usar mucho la Internet limita la creatividad de las personas.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. j. Las personas que utilizan mucho la Internet corren el riesgo de hacerse personas solitarias e individualistas.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. k. Los y las jóvenes que saben utilizar la Internet son diferentes a los que no la saben utilizar.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. l. Las personas que utilizan la Internet tienen un visión del mundo más amplia, conocen otras formas de pensar y son más respetuosos de la diversidad.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

6. m. Las personas que utilizan la Internet en Costa Rica son las que tienen mejores condiciones económicas y sociales.

--- Muy de acuerdo ---- De acuerdo ---- No sé --- En desacuerdo --- Muy en desacuerdo

7. Escoger y completar

7. a. Por medio de la Internet se pueden comprar cosas que a mi me gustaría tener y sería más difícil de adquirir de otra manera (escoja su respuesta y complete).

_____ No estoy de acuerdo

_____ Estoy de acuerdo. Por ejemplo puedo adquirir...

7. b. Los jóvenes utilizan la Internet para intercambiar con los amigos y amigas (puede escoger varias opciones):

_____ Música	_____ Tareas	_____
Experiencias		
_____ Mensajes	_____ Juegos	_____ Objetos

___ Videos

___ Imágenes

___ Información

Para intercambiar otras cosas como

7. c. Dentro de 5 años, va a ser muy común que en Costa Rica se utilicen las computadoras para cosas cotidianas como (completar):

a. Comprar los pasajes de autobús

b. Saber la dirección de algún lugar

c.

d.

e.

f.

g.

h.

i.

7. d. Hacer amigos por medio de la Internet es diferente a hacer amigos en persona (escoja su respuesta y conteste).

___ No estoy de acuerdo

___ Si estoy de acuerdo

En ambos casos comente su respuesta

7. e. A los jóvenes nos gusta más recibir información que proviene de....

(numere de 1 a 8, donde 1 es la opción predilecta y 8 es la menos importante)

___ Periódicos

___ Radio

___ Internet

___ Revistas

___ Televisión

___ Libros

___ Rótulos

___ Material del colegio

7. f. Explique las diferencias que percibe entre los usos de la Internet por parte de los y las jóvenes en relación con los adultos (complete las tablas con sus ideas)

Los adultos utilizan la Internet para.....	Los y las jóvenes utilizan la Internet para

7. f. Explique los beneficios y los peligros de la Internet para las personas jóvenes costarricenses (complete las tablas con sus ideas).

Beneficios que nos da la Internet a los jóvenes costarricenses	Peligros que enfrentamos los y las jóvenes costarricenses con la Internet

Anexo 2: Análisis de percepciones

Internet es...

Liceo de Curridabat, colegio público urbano

Un programa para buscar información y catear.

Una forma fácil de encontrar cosas en otro país, además entretiene e informa.

El Web, una red que se conecta a millones de computadoras por donde se puede conseguir todo tipo de información.

La vía para encontrar lo que sea.

Red de información mundial que se comunica por medio de las redes telefónicas y donde se encuentra cualquier tipo información ya sea noticias, pornografía, deportes, entretenimiento, etc.

Una conexión inmediata al mundo y una facilidad para buscar información.

Un acceso rápido a la información.

Un medio por el cual puedo informarme de diferentes situaciones: noticias, deporte, cultura.

Para sacar información sobre un trabajo o algo que se necesite.

Una manera de diversión, estudio, trabajo.

Es muy práctico e importante para todas las personas.

Una puerta a la información.

Una oportunidad para los jóvenes de divertirse y educarse.

Algo donde podemos encontrar información y diversión.

Una ayuda.

Información sobre cualquier tipo de cosas.

Una forma de buscar información.

Un sistema para investigar.

Centro de información para saber cosas sobre el mundo.

Un lugar en la Web donde se encuentran páginas de distintos temas y personas.

Es una red de servidores que une las computadoras en forma global.

Donde uno busca baja e imprime toda aquella información deseada.

Una buena fuente de información.

Una fuente de información y entretenimiento.

Un mundo de opciones para pasar el tiempo.

Una fuente de información mundial.

Buena información.

Un sitio donde encontrar todo tipo de información.

Una forma simple de encontrar cosas para investigaciones y tareas del colegio.

Descubrir las cosas que yo no sé, o sea conjunto de datos y red de información.

Tecnología a tu alcance.

Sexo libre y gratis (masculino).

Una mierda (masculino, pero le gusta Internet).

Una nueva tecnología del siglo que sirve tanto como información y para la investigación.

Navegar para aprender más y buscar información.

Red donde se busca información.

La Internet en el Liceo de Curridabat

En este colegio la principal percepción de la Internet es como medio de información para informarse de diferentes aspectos: pornografía, noticias, deportes, cultura, entretenimientos.

Los jóvenes refieren a la tecnología como una forma de acceder a otros contextos diferentes al suyo para conocer qué sucede en estos lugares. Se refiere a la Internet como “Centro de información para saber cosas sobre el mundo”

En este grupo también se menciona la Internet como medio de diversión y entretenimiento.

En este contexto se define la Internet como espacio de aprendizaje también. Algunas de las menciones en este sentido la refieren al lugar para hacer las tareas del colegio. Sin embargo, en varias de las definiciones se observa la

tecnología como un espacio para aprender independientemente de la educación formal. Por ejemplo, “Navegar para aprender más”.

Es interesante destacar que en este caso no se menciona tan frecuentemente a esta herramienta como medio de comunicación. Por ejemplo, solamente se hace una mención al Chat en todo el grupo consultado.

Cabe destacar que en este colegio se hace frecuente mención a los usos de Internet para la pornografía “Internet es sexo libre y gratis”

Anglo americano, colegio privado urbano

Una herramienta muy útil, pero si se usa inadecuadamente se puede encontrar cosas perjudiciales.

Una forma fácil de comunicarse y encontrar cualquier información que se necesite.

Una forma fácil de obtener información.

Buscar cosas fácilmente, hablar con mis amigos y entretenerme.

Red internacional de comunicación. Es bastante conveniente tanto por locación como por precio.

Una red mundial de comunicación e información.

Una red mundial de información y de comunicación de todo tipo que se accesa por medio de una computadora, palm o celular.

Una red de información de todo tipo a nivel mundial.

Un lugar donde se puede encontrar información acerca de cualquier tema.

Una conexión de banda ancha donde se puede intercambiar información.

Una red de intercambio global.

Navegar por páginas interactivas donde también se aprende.

Una fuente de información.

La mejor forma de comunicarse con las personas.

Forma de buscar información y estar en contacto con las personas.

Un sitio Web informativo que conecta a las personas de distintas partes del mundo.

Red internacional de información.

Un medio de interacción con el resto del mundo.

Un lugar virtual donde uno puede encontrar miles de cosas.

Un medio de comunicación e información.

Una manera de distraerse o trabajar, algo muy útil.

Forma de encontrar información importante.

Red internacional de computadoras, súper-autopista que ha roto fronteras.

Medio de información y entretenimiento.

Una red de todo tipo de páginas.

Una red en la que hay todo tipo de información.

Medio de información.

Red de información que enlaza todo el mundo.

Una fuente de información.

Lento y viejo.

Nodos de computadoras que intercambian información.

Comunicación.

Sitios para encontrar información.

Web de información.

Medio de comunicación y medio de información.

Forma fácil de buscar información y enterarse de cosas que pasan en el mundo.

Medio de información.

Red mundial.

Red de comunicación e información.

Web de información.

Red donde encontramos de todo.

Un lugar donde se busca información y otras cosas.

Programa útil del cual se puede sacar información, pero a la vez hay peligros como virus.

Una red global a la que están conectadas muchas de las computadoras del mundo.

Una puerta abierta de información.

Un buscador, también un instrumento para bajar música y comunicarse con los demás.

Algo más que hacer para entretenerse.

Una manera como saber diferentes cosas y hablar con los amigos.

Herramienta a un mundo de información.

Globalización en mi compu.

Una forma de encontrar información y poder tener acceso e información con el mundo.

Fuente de información.

Una fuente que nos da información importante, también nos da muchas cosas más.

Una fuente de información de varios temas actuales y del pasado.

Un lugar para encontrar información para los trabajos del cole y para hablar con mis amigos.

Una red que comunica las computadoras enlazadas entre si.

Una forma de conseguir información y muchas otras cosas.

Un lugar de información.

La Internet en el Anglo Americano

Al igual que en el Liceo de Curridabat, se destaca a la Internet como un medio de información. Se menciona como un lugar para conocer “cosas” que de otra manera no se conocerían.

Sin embargo, llama la atención que a diferencia de este otro colegio, se percibe en igual medida a esta herramienta como medio de comunicación, para hablar con los amigos en específico o como “la mejor forma de comunicarse con las personas” en general.

Igualmente se menciona a la red como espacio de entretenimiento. En este aspecto destacan dos visiones, las que la mencionan como “una cosa más que hacer para entretenerme”, es decir como actividad adicional a otras para el tiempo libre o quienes los destacan como el medio de entretenimiento principal.

Al igual que en otros colegios se menciona la Internet como el espacio de conexión con el mundo.

Esto se expresa en afirmaciones como: “Un espacio informativo que conecta a las personas de distintas partes del mundo.” O sino, “Un medio de interacción con el resto del mundo”

La investigadora desea destacar la expresión “Internet es la globalización en mi compu” que refleja la percepción de tener el mundo entero a la mano por medio de la utilización de esta tecnología.

En este colegio donde se menciona otras herramientas digitales como la palm o el celular para la conexión con la red global. Es en el único lugar donde aparece infraestructura diferente a la computadora.

Liceo Laboratorio, colegio privado urbano, clase media

Una fuente donde se encuentran distintas cosas.

Una fuente de información.

Una base de datos cibernética donde se encuentra información o cualquier cosa.

Un modo de acceso más rápido a información.

Una red donde hay mucha información y páginas donde encontrarla.

Para comunicarme con mis amigos de otros países y para bajar información y música.

Es un medio de información y recreación.

Una manera de facilitarnos comunicación e información.

La Pascua, colegio privado urbano, clase media

Información y comunicación.

La forma más simple de mantenerse informado sobre el mundo y los cambios en la sociedad.

Una facilidad para mis investigaciones del cole o de algo que yo tenga curiosidad para saber cosas de moda que es lo que más me gusta y para comunicarme con mis familiares y amigos en otros países (mujer).

Un instrumento para buscar cosas.

Un sistema avanzado que proporciona todo tipo de información en todos los campos.

Una herramienta que ayuda a brindar información.

Una forma de conectarse con todo el mundo.

Una forma de comunicación con el resto del mundo, forma para buscar información.

Una manera de relacionarse y tener contacto con otras culturas.

Es un mundo virtual caracterizado por Páginas Web, donde uno navega y puede encontrar información.

Un medio de trabajo útil y para aprender sobre la Internet que nos gusta tanto a los jóvenes.

Una red electrónica internacional que permite explorar por medio de la computadora sobre muchas cosas: diversión, trabajo, culturas, etc.

Es una forma e informarme y comunicarme.

Una red mundial en la cual muchas computadoras están conectadas.

Una nueva forma de comunicación, más rápida y más directa para mí es la más útil, es un mundo, el mundo de la Internet.

Mi forma de entretenerme y buscar trabajos.

La Internet en el Colegio La Pascua y Liceo Laboratorio

Aparecen patrones similares a los mencionados en el colegio anterior como son la Internet como medio de información, de comunicación, de entretenimiento y de contacto con el mundo completo. Se destaca igualmente la utilidad de la Internet para hacer trabajos del colegio.

Se destaca la simplicidad de Internet “una forma simple de mantenerse informado”. También se define como un espacio que les gusta mucho “Un medio de trabajo útil y para aprender por medio de la Internet que nos gusta tanto a los jóvenes”

Aparece el uso de la Internet para aspectos relacionados con la apariencia física como la moda.

Liceo de Cot, colegio público rural

Una red de fácil acceso para suplir necesidades.

Para poder encontrar información de cosas que nos interesan.

Un programa en el cual se encuentra información de cualquier cosa.

Un lugar donde puede obtener información de diferentes cosas.

Un lugar para tener información sobre diversos temas.

Una red de conexión mundial respaldada por diferentes empresas sin fines de lucro.

Una red que puede satisfacer varias necesidades.

Una red de fácil acceso para suplir necesidades.

Es un sitio donde podemos navegar y discutir distintas cosas.

Una red que nos comunica con todo el mundo.

Información rápida y completa sobre algunos temas.

Una red de información donde podemos ir más allá de lo demás.

Un lugar donde se maneja demasiada información de muchos temas.

Un lugar donde se puede obtener información.

Para mí es un uso de la tecnología que nos puede dar gran información, ya sea de artistas o para algún estudio.

Es una parte de tecnología que nos puede ayudar a buscar mucha información.

Una red de fácil acceso donde podemos realizar tareas, trabajos del cole y conocer nuevas cosas.

Un medio en el cual puedo encontrar información acerca de algo, hacer amigos, enterarme de cosas que pasan en otros sitios del mundo, hacer compras, comunicarme con otras personas, entre otras cosas.

Un medio en el cual se obtiene mucha información de utilidad y para saber más cosas. Además con Internet podemos entretenernos y hacer amigos.

Una red mundial de fácil acceso que nos brinda mucha información. Esta información se encuentra en unas computadoras de gran capacidad para almacenar información.

Es una red de fácil acceso donde podemos conseguir cosas interesantes y bajar información.

No sé.

Una red la cual se basa en dar información conocimiento sobre diferentes temas.

Una ventana para buscar información.

Donde se puede conseguir información y divertirse.

Un mundo con muchas posibilidades.

Una forma de estar enterada de muchas cosas y poder hablar con otra gente.

Es una ventana en donde se abren muchas posibilidades de conocimiento y aventura.

La Internet en el Liceo de Cot

Nuevamente se destaca la Internet más como medio de información que como medio de comunicación. Entre ellas, se destaca frecuentemente su utilidad para las tareas escolares.

Se observa igualmente la sensación de acceso al mundo que está expresada en todos los colegios. “Una red de información donde podemos ir más allá de lo demás”

También se menciona como espacio de entretenimiento y para hacer amigos. En este sentido destaca la idea de la Internet como espacio “con muchas posibilidades de conocimiento y aventura”

Visiones de futuro

Liceo de Cot: Dentro de 5 años va a ser muy común que se utilicen las computadoras para cosas cotidianas como

Estudiar por medio de las computadoras.

Comprar abarrotes.

Saber dónde se ubica la gente.

Hacer pagos.

Llevar un mensaje rápido.

Recordar cosas olvidadas.

Alertar sobre un peligro.

Estar bien informado.

Obtención de visas.

Trabajo.

Liceo de Curridabat: Dentro de 5 años va a ser muy común que se utilicen las computadoras para cosas cotidianas como

Encontrar números de teléfono.

Comprar comestible.

Se va a comprar todo sin tener que salir de casa.

A como está Costa Rica, no creo que nada cambie.

Horarios de instituciones.

Pedir comida.

Llamar a un taxi.

Transacciones.

Conocer bien otros lugares del mundo.

Comprar “el diario” (abastecimiento mensual de la casa).

Liceo La Pascua: Dentro de 5 años va a ser muy común que se utilicen las computadoras para cosas cotidianas como

Pagar recibos.

Ver notas del colegio.

Controlar a los hijos desde el trabajo.

Comprar comida.

Ver restaurantes.

Ver los mayores rincones del mundo por medio de una cámara.

Recibir clases del colegio.

Tener las citas con el psicólogo.

Ver el abogado por la pantalla.

Ahorrar tiempo para ir a comprar.

Casas inteligentes, robots avanzados

Hacer compras de mercados.

Hacer reservaciones.

Ver una foto o video de lo que está pasando en tu casa.

Buscar números de teléfono.

Utilizarla en vez de los cuadernos en las escuelas.

Ordenar comida.

Recibir clases.

Votar

Liceo Anglo-Americano: Dentro de 5 años va a ser muy común que se utilicen las computadoras para cosas cotidianas como

Buscar a alguien.

Apagar las luces.

Hacer órdenes de comida Express.

Revisar la programación de la TV.

Poner citas en salones y restaurantes.

Buscar números de teléfono.

Hablar con la mamá.

Comprar la comida del supermercado.

Hacer compras del auto.

Reservaciones del cine.

Reservaciones para restaurantes.

Compras del mes.

Pagar facturas y deudas.

Contratar servicios.

Reservaciones y servicios Express.

La visión de futuro

Muchos de los aspectos mencionados como visión de futuro por los y las jóvenes son posibles actualmente en otras partes del mundo. Sin embargo, aún analizadas como acciones que puedan estar cercanas a su vida cotidiana en un plazo menor de cinco años. También se indican algunos servicios que ya existen en el país como conocer los teléfonos de las personas, transacciones bancarias o

los horarios de algunas instituciones, pero estos aún no se encuentran ubicados dentro del imaginario de los jóvenes.

Hay repetidas menciones a la posibilidad de abastecer la casa por medio de las compras en línea en todos los colegios, independientemente de su ubicación geográfica, tipo o costo. También se menciona la posibilidad de que en el futuro se estudie utilizando este medio (no se utilizarán cuadernos, las clases serán por Internet)

Se menciona en todos los colegios de zona urbana las reservaciones de cines, restaurantes, médicos, citas en salones de belleza y el servicio Express como otros de los aspectos que van a modificarse con la inserción de la tecnología en sus vidas.

Solamente en el colegio de zona rural, público y con costos menores se hace mención de la potencialidad de la Internet para trabajar (conseguir trabajo o trabajar por medio de la Internet)

En los colegios de mayor poder adquisitivo se perciben transformaciones en la vida cotidiana relacionadas con las tecnologías digitales. Por ejemplo, se mencionan las casas inteligentes, el cuidado de los hijos por medios digitales, la vigilancia de las casas por la pantalla, ver diferentes rincones del mundo por medio de una cámara, robots, ver al abogado por la pantalla.

Acceso a productos y servicios

Liceo de Cot:

Comprar cosas que no se pueden adquirir de otra manera

Un tipo de ropa definido que no se consigue en una tienda

Adquirir cámaras de video, etc.

Liceo La Pascua:

Comprar cosas que no se pueden adquirir de otra manera

Cosas y discos que no han salido en Costa Rica.

Perfumes, cámaras, celulares, impresoras.

Ropa en tiendas que aquí no hay, maquillaje, zapatos.

Ropa, discos, libros y flores.

Ropa y artículos electrónicos que aquí no hay.

Liceo de Curridabat:

Comprar cosas que no se pueden adquirir de otra manera

Se pueden comprar cosas en otros países como Alemania, no tengo amigos que me puedan traer lo que yo quiero.

Ropa, música y accesorios.

Ropa y cosas de autos.

Liceo Anglo-Americano:

Comprar cosas que no se pueden adquirir de otra manera

Ropa, libros y peluches.

Ropa, perfumes y juegos electrónicos.

Películas y discos.

Ropa de tiendas que no hay en Costa Rica.

Ropa de tiendas de Estados Unidos.

Acceso a otras “cosas”

En cuanto a la percepción sobre el acceso a “cosas” que no se podrían tener de otra manera se puede observar que uno de los patrones más importantes es el acceso a la ropa. Esto es mencionado más como una aspiración, como una posibilidad en estos momentos ya que en el contexto costarricense hay muy poca distribución de productos adquiridos en línea, para esto hay que tener casillas postales en el exterior y pagar el transporte a las compañías internacionales, lo cual resulta caro, por lo que no es mucha la gente del país que logra tener este servicio. El acceso a la ropa tiene que ver también con la posibilidad de ver lo que se vende en las tiendas en otros países.

Este es un patrón que se encuentra en todos los tipos de colegios y además en ambos sexos. Realmente sorprende a la investigadora la presión alrededor de la ropa que ha sido destacada en esta pregunta por los y las jóvenes. Ya que se menciona inclusive por encima de la adquisición de música que es el otro producto que se menciona en todos los colegios.

El último aspecto mencionado como aspiración de compra son los productos electrónicos como cámaras digitales, cámaras de video y accesorios para el carro.

Relaciones de amistad

Hacer amigos es diferente

Por qué uno no puede saber cómo es la persona ni ir a compartir con ella a muchos lugares.

Es que no es lo mismo tener la persona a la par que a muchos kilómetros de distancia.

Es lo mismo se hacen la misma clase de amigos.

Por medio de las computadoras no se comparten los sentimientos.

Liceo de Curridabat: Hacer amigos es diferente

No hay inhibiciones y no se juzga a la gente por su apariencia.

No sé quien es la persona que está detrás del monitor.

La gente siempre se va por lo físico. Con la Internet la gente se toma su tiempo para conocer a otra y no la juzga sino que trata de conocerla de verdad.

Es diferente conocer a una persona viéndola.

Se puede inventar la forma de ser y la apariencia.

No se puede conocer a una persona verdaderamente.

No se sabe con quien se habla.

Liceo La Pascua: Hacer amigos es diferente

Es igual porque en los primeros pasos de una amistad uno no necesita conocerse en persona, puede empezar a establecer confianza y después cuando ya la tenga conocerse en persona.

No me gusta chatear con desconocidos.

Es diferente porque en la Internet no ves las expresiones ni la forma de ser.

Es diferente porque la persona puede cambiar y crear muchas cosas que no son ciertas que cuando están en persona si lo puedes notar.

Es diferente porque podés tener amigos de todas las partes del mundo que personalmente no podés tener.

Se es más abierto y sincero al compartir información.

Liceo La Pascua: Hacer amigos es diferente

Es igual porque en los primeros pasos de una amistad uno no necesita conocerse en persona, puede empezar a establecer confianza y después cuando ya la tenga conocerse en persona.

No me gusta chatear con desconocidos.

Es diferente porque en la Internet no ves las expresiones ni la forma de ser.

Es diferente porque la persona puede cambiar y crear muchas cosas que no son ciertas que cuando están en persona si lo puedes notar.

Es diferente porque podés tener amigos de todas las partes del mundo que personalmente no podés tener.

Se es más abierto y sincero al compartir información.

Liceo Anglo-Americano: Hacer amigos es diferente

No se juzga por la apariencia física.

Te pueden engañar.

Hay gente rara en Internet.

No es lo mismo ver a la persona en frente.

Me pueden estar mintiendo, no se ve a la persona.

No escuchás el tono de voz, ni los gestos, no podés conocer del todo a la gente.

Nuevos amigos(as)-distintos amigos(as)

En términos del establecimiento de relaciones de amistad se presentan patrones muy similares en todos los colegios. Se evidencian claramente dos aspectos relacionados con el establecimiento de relaciones en línea. Por un lado, se menciona la ventaja que se produce al mediar la relación por la computadora ya que permite mantener cierto nivel de anonimato, sobre todo relacionado con la

apariciencia física, de tal forma que se te conozca y aprecie “por la forma de ser”, “por lo de adentro” y no por tu cuerpo, forma de vestir o cara. También se menciona que el contacto en línea te permite ser “más abierto y sincero”.

Por otro lado se menciona en todos los grupos el peligro del anonimato en términos del engaño y la diferencia que produce el contacto cara a cara, los gestos, la voz, las miradas, entre otros.

En ambos casos, el establecimiento de relaciones en línea resulta diferente a las relaciones *cara a cara*, en el primer caso se mira como una ventaja y en el segundo como una desventaja.

Diferentes usos adultos y jóvenes

Liceo de Cot:

Los adultos usan la Internet para ... frente a los jóvenes que la usan para ...

Trabajar, investigar y hacer trabajos frente a divertirse, conocer nuevos sitios, hacer amistades, bajar música, hacer trabajos del cole.

Aprender, explorar frente a divertirse, jugar distraerse, explorar, conocerse

Asuntos de negocios, compras frente a diversión y pasatiempo.

Liceo de Curridabat:

Los adultos usan la Internet para ... frente a los jóvenes que la usan para ...

Informarse frente a entretenerse, hacer trabajos del colegio y buscar música.

Asuntos de trabajo frente a tareas y entretenimiento.

Trabajar, comprar, información frente a trabajos del cole, conocer gente, juegos y música.

Trabajar frente a entretenimiento.

Revisar correo y hacer cosas serias frente a hacer amigos, chatear y entretenerse.

Liceo La Pascua:

Los adultos usan la Internet para ... frente a los jóvenes que la usan para ...

Las noticias del mundo o investigaciones frente a informarse sobre música, deportes.

Mandar correo frente a música, último grito de la moda, chatear, ver fútbol, participar en concursos, ver páginas de grupos, ver páginas del equipo de fútbol.

Buscar información frente a bajar música, hablar con amigos, comprar cosas, compartir cosas con los amigos.

Correo electrónico, información sobre aparatos electrónicos, compras por Internet frente a chatear, hacer amigos, bajar música, trabajos, correo, información de diversos temas.

Liceo Anglo-Americano:

Los adultos usan la Internet para ... frente a los jóvenes que la usan para ...

El correo y las noticias frente a chatear y comprar cosas.

Revisar el correo, investigaciones y noticias frente a comunicarse por Messenger, bajar imágenes y suplir inquietudes culturales.

Buscar información de su propio interés, revisar e-mail frente a hablar con amigos, bajar música, bajar videos, buscar información para proyectos del cole.

Trabajo frente a entretenimiento.

Investigar, comprar cosas frente a investigar, hacer tareas y oír música.

Usos de grandes -usos de jóvenes

Claramente se evidencia la visión de los y las jóvenes en cuanto a los usos diferenciados entre los adultos y los jóvenes. Básicamente se expresa los usos adultos referidos al trabajo, la información y los negocios (“hacer cosas serias”) mientras que refieren sus usos a la diversión y el entretenimiento. Se menciona especialmente la música, chatear, hacer amigos(as), explorar y conocer por placer sobre otras partes del mundo. También entre los adultos jóvenes se menciona mucho la Internet como una herramienta para preparar los proyectos escolares.

Es interesante destacar que los juegos no son mencionados como uno de los usos más importantes de la Internet. Es poco frecuente que se mencione “bajar” juegos de la red o jugar en la red como algo que realicen los y las jóvenes. Se ha mencionado la compra en línea de juegos, pero no con mucha frecuencia.

En los colegios con mayor poder adquisitivo se menciona entre los usos adultos con más frecuencia la utilización del correo electrónico como medio de comunicación mientras que en los de menor poder adquisitivo no se observa este uso, probablemente porque no hay tanta conexión a la Internet en los hogares y los adultos no visitan otros espacios para acceder a la tecnología.

Beneficios frente a peligros

Liceo de Cot: Beneficios de la Internet frente a peligros

Conocer cosas nuevas frente a nada.

Mejores oportunidades en el futuro frente a ser engañados por muchas personas.

Obtener información correcta y traer nuevas experiencias frente a traer cosas que dañan la mente.

Información frente a pornografía.

Aprender, explorar, estudiar, hacer amigos frente a comprar algo malo, ser secuestrado.

Liceo de Curridabat: Beneficios de la Internet frente a peligros

Mayor facilidad de conseguir información frente a pornografía.

Información frente a adicción y vulgaridad.

Ayuda en los trabajos del cole y la U, informa y podemos escuchar música frente a abusos por parte de otras personas, se dañan las compus con los virus y la pornografía.

Ayuda para los trabajos que uno tiene que hacer y puede conocer mucho frente a contaminación de la mente.

Saber cosas que pasan fuera de nuestro país frente a pornografía.

Tener mucha información frente hay muchas cosas malas en Internet.

Liceo La Pascua: Beneficios de la Internet frente a peligros

Educación, diversión, amistad frente a virus, pornografía y prostitución (casas de citas).

Informarse de las cosas del mundo frente a conocer personas peligrosas.

Aprender, saber más noticias frente a virus y comprar cosas en algo que nos inscribimos y no nos dimos cuenta.

Es una manera más rápida de hacer las cosas frente a que se nos puede hacer un vicio y no querer salir de la casa.

Buscar cosas para el colegio frente a virus y que conozcan toda la vida de uno.

Información, contacto con el resto del mundo, comunicación, cultura frene a violencia y pornografía.

Averiguar cosas que sean usadas para bien, relacionarnos mejor con las personas frente a pornografía, hablar con personas mal intencionadas, hacer malos negocios.

Trabajos más completos de mayor calidad frente a aislamiento y pérdida de valores.

Facilita el estudio frente a la explotación sexual de menores.

Liceo Anglo-Americano:

Beneficios de la Internet frente a peligros

Información frente a pornografía y violencia.

Más conocimiento y aprender más frente la gente se vuelve viciosa.

Una gran fuente de información y vía de comunicación frente a engaños con dinero y adicción.

Acceso a información, mandar correos, buscar música frente a mala información y pornografía.

Mayores conocimientos frente a personas extrañas.

Conexión con el mundo frente a personas peligrosas y pornografía.

Tecnología, modernización frente a mala información y malos pensamientos.

Lo bueno y lo malo

Los sentimientos relacionados con el conocimiento de cosas nuevas que se pueden explorar y la cercanía del mundo que provee la tecnología es uno de los aspectos que más entusiasmo a los y las muchachas. Igualmente la posibilidad de contactar gente y hacer amigos es mencionada en todos los grupos como los aspectos positivos.

Ellos(as) visualizan como uno de los principales peligros el encontrarse vulnerables dentro del mundo virtual, se mencionan aspectos como que “se conozca la vida de uno” o “que me contacte con gente mal intencionada”.

Otros patrones encontrados hasta el momento sobre los peligros a los que se enfrentan son la explotación sexual, la adicción a la Internet, la pornografía y la pérdida de valores. Queda para futuros trabajos analizar estos patrones y descubrir si provienen de las visiones de los muchachos y las muchachas o de los estereotipos y mitos sociales.

Breve currículum vitae

Kemly Camacho es ingeniera en computación y trabajó en esta área diseñando y desarrollando sistemas de información durante 10 años. Durante este período profesional obtuvo un segundo grado en antropología y posteriormente una maestría en evaluación de programas y proyectos de desarrollo. Actualmente es doctorando de la Universidad Abierta de Cataluña en el programa interdisciplinario sobre la sociedad de la información y el conocimiento.

Desde 1999, Kemly es coordinadora del área de investigación sobre el impacto social de las tecnologías de información y comunicación en Centroamérica de la

Fundación Acceso. Desde esta posición ha coordinado y desarrollado varias investigaciones alrededor de las implicaciones positivas y negativas de las TIC en la región con el apoyo de varios organismos internacionales, entre ellos el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá.

Actualmente Kemly coordina los programas regionales para Latinoamérica, Africa y Asia del secretariado Internacional del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá que trabaja el tema de las tecnologías de información y comunicación y la gestión del conocimiento (Bellanet).