El placer de navegar

POR **DELIA CROVI DRUETTA**

La tecnología móvil acaba de cumplir 43 años de vida: fue el 3 de abril de 1973 cuando Martin Cooper, a quien se le atribuye su invención, realizó la primera llamada. Diez años después sería lanzada al mercado y desde entonces su adopción ha sido vertiginosa.
Como producto del proceso de digitalización, son numerosas las innovaciones que se han insertado en la vida cotidiana; sin embargo, es la telefonía celular la que ha logrado un proceso de apropiación más pleno, entendiendo por ello la incorporación de un objeto técnico y sus prácticas a la vida de los individuos, produciendo con ello una transformación cultural. Su posibilidad de acceder a aplicaciones y redes, junto con su portabilidad, son las razones por las que el celular alcanzó un mayor número de usuarios y en un lapso breve.

Lo virtual como extensión de lo real

Resulta interesante saber que en la actualidad el uso de este recurso no se concentra en las llamadas telefónicas, sentido único de su desarrollo original. En México, mientras el acceso a Internet aún no llega al 50 por ciento de la población, el 88,6 accede a celulares, pero su uso se ha diversificado: apenas el 12 por ciento lo usa para llamadas, en tanto que el 64 por ciento chatea, el 55 por ciento navega en redes sociales, el 34 por ciento realiza búsquedas en la web, un 18 por ciento reproduce vídeos y el 5 por ciento lo emplea para jugar[1]. En conjunto, estos usos sitúan al placer de navegar como el motor que mueve a los usuarios.

Hay una fruición por la navegación, poco reconocida debido a que socialmente tiene una ponderación negativa: navegar es una pérdida tiempo alejada de la productividad. El hecho de que esto sea parcialmente cierto no niega ese placer. Además, si vemos la historia del uso de los medios de comunicación, no es la primera vez que la fruición es condenada por no ubicarse dentro de la esfera productiva. El ejemplo más claro está en algunos de los estudios sobre recepción televisiva, que pocas veces aceptaron ese placer por estar, simplemente, visionando la tele. Desde esta perspectiva, se buscó ligarla a procesos formativos o educativos, que la alejaban de su sentido hedonista.

La satisfacción personal que los usuarios encontraron primero en la televisión y ahora en la navegación se acentúa cuando hablamos de los grupos juveniles. Los jóvenes, más que nadie, encuentran placer en ese dejarse estar por las redes, prefiriendo lo virtual a lo real. Esto para ellos no representa limitación alguna, ya que no visualizan límite o frontera: existe una continuidad entre los relatos y acciones del ciberespacio con las reales. No hay quiebres, no

Fundación Telefónica

hay cortes ni discrepancias, existe solo un presente continuo, que les permite pasar sin rupturas de un espacio social a otro.

La mirada de la juventud

A lo largo de tres años y con la participación de cinco universidades públicas de México ubicadas en cuatro ciudades diferentes y distantes, llevamos a cabo un amplio estudio titulado 'Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción social'. Comprendió el desarrollo de once grupos focales, seis grupos de discusión, la aplicación de 3.188 cuestionarios y entrevistas a 39 jóvenes. Este trabajo de campo nos permitió corroborar que la fruición por navegar, incluso entre los llamados jóvenes 'NiNis' (que no estudian ni trabajan), supera los preconceptos que existen en las políticas públicas o entre los adultos sobre estas interacciones. Son pocos los jóvenes que se identifican con la defensa de las grandes causas sociales, ya que han atomizado los relatos sustantivos en pequeñas intenciones de uso y en intercambios simbólicos limitados a círculos cercanos de amigos y conocidos.

Aunque la digitalización les ofrece una nueva dimensión espacio-temporal, los jóvenes siguen mirando a sus pares, si es posible cercanos e incluso conocidos. Prefieren un acceso y uso individual de los recursos móviles o de Internet, dejando de lado los compartidos, que se promovieron en países como México durante los primeros años de la búsqueda del acceso universal. Cuando se decantan por este uso personalizado, priorizan inversiones económicas en alguna generación tecnológica que se los facilite (como los *smartphones* o tabletas) y colocan en lugares secundarios otros gastos significativos. Desde esa posición eligen, preferentemente, los temas vinculados al ocio y el entretenimiento, seguidos por aquellos que pueden considerarse correctos (artísticos, protección de animales o del medio ambiente, algunos derechos incontrovertibles). Lejos quedan las preocupaciones por temas tales como el empleo o las luchas políticas, aunque por su condición de estudiantes (los consultados fueron jóvenes de 17 a 30 años), muchos de ellos hacen un uso educativo puntual para sus tareas escolares.

Los jóvenes que participaron en este trabajo de campo se ubicaron, por lo general, en la medianía de todas las opciones ofrecidas para que identificaran sus propias percepciones. Medianía en sus habilidades digitales, en los procesos de interacción, en sus actividades preponderantes en las redes. Se sienten con poca capacidad para decir algo y también para manejar los recursos de la digitalización, una autopercepción preocupante si se toma en cuenta que muchos de los programas públicos (sobre todo de empleo y educación), parten de una alta valoración de sus habilidades digitales. Prefieren repetir, dar *like*, actuar como enlace de los relatos que reciben, reenviándolos a sus círculos de amigos, siempre contabilizados como una señal importante de aceptación. Destacan, en contraste, sus habilidades multitarea o *multitasking*, que les permiten realizar varias cosas al mismo tiempo; una condición que genera controversia, ya que para algunos se trata de dispersión o falta de concentración en actividades específicas.

Acceso, uso y apropiación de las tecnologías

Cuando la comunicación inició, hace ya tres décadas, los estudios de los recursos de la

Fundación Telefónica
Telefónica

digitalización, su perspectiva se centró en el acceso, pasando luego al uso y más tarde a la apropiación, tres pasos que conforman un mismo y único proceso multidimensional.

En la etapa inicial del acceso fue primordial tener datos acerca del número de usuarios y sus variantes entre las naciones, así como en el interior de las mismas. Un siguiente momento se enfocó hacia el uso, pero no para indagar cómo se estaba procesando la presencia de los nuevos recursos tecnológicos, sino para identificar sus bondades y aplicarlas a programas que no siempre reflejaron las prácticas auténticas, sino una teorización acerca de las mismas. La apropiación, tercera parte de este proceso, implica ir más allá, rescatando la vigencia del trabajo empírico que dé cuenta de lo que está sucediendo en la cultura de la segunda década del siglo XXI, a causa de la digitalización.

Al mirar desde fuera cómo se estaban transformando las prácticas, las relaciones sociales, el trabajo o el estudio, así como la organización del espacio y el tiempo, este proceso investigativo llevó a sustentar supuestos difíciles de sostener con datos empíricos. Pero algunos de esos supuestos alimentan las políticas públicas juveniles, que suelen ignorar la capacidad creativa de navegar de los jóvenes y la fundación, paulatina, de un nuevo orden de cosas que incorpora los recursos digitales a la vida social.

Generalizable solo a sus condiciones específicas, el estudio realizado en México aporta datos que van en sentido contrario a algunos supuestos: son pocos los jóvenes orientados a cambiar el orden social establecido, sus interacciones apenas buscan subvertir su orden personal en el tránsito entre la juventud y la vida adulta. Y aunque ellos se perciban en una medianía para expresarse o en habilidades digitales, experimentan el placer de navegar mediante teléfonos móviles u otros recursos digitales, una práctica que puede ser potenciada para canalizar sus metas personales.

---

[1] Véase: *http://www.the-ciu.net*

Fundación Telefónica