

Usos de Internet en la Comunidad Educativa del ciclo secundario de la Escuela Latinoamérica

Claudio Alvarez Terán

Introducción

La Internet es un fenómeno de crecimiento exponencial y explosivo en materia de comunicación.

La Internet se ha deslocalizado de su antigua vinculación con la PC de escritorio y entre la aceleración de la velocidad, el wi-fi y el avance de los smartphones su capacidad de penetración espacial y social se ha vuelto irrefrenable.

Al momento de escribir este artículo más de 2.500 millones de personas en el mundo tienen acceso a la red, uno de cada tres habitantes del planeta conectados por Internet.¹ Cada segundo se agregan 8 usuarios en alguna parte del mundo.

El acceso a Internet en la última década ha aumentado un 566%, y en América Latina esa tasa de crecimiento se eleva al 1.310%, alcanzando ya al 44% de los latinoamericanos conectados.²

En la Argentina la penetración de Internet alcanzó en Junio de 2012 al 66%, es decir que dos de cada tres argentinos está conectado a la red, constituyéndose en el país con mayor porcentaje de conexión en toda la región latinoamericana.

Con ese marco estadístico es de suponer que en las grandes ciudades de nuestro país el

rango de penetración de la red debiera ser muy superior a ese 66% nacional.

Siendo Internet un fenómeno de tal envergadura y alcance, ya es tema de debate su rol en la educación y su impacto cultural en este tipo de instituciones basadas en un modelo cultural anterior al de la red.

Resultaba oportuno entonces analizar cuál es la penetración de la conexión a Internet dentro de la Comunidad Educativa de nuestra escuela, una escuela del segundo cordón del conurbano bonaerense, de carácter cooperativo, con un corte social diverso mayoritariamente de familias incluidas, y con una fuerte cultura participativa.

Pero resolver la cuestión del grado de conectividad de los alumnos y sus familias era solo un primer paso, ya que tan importante como el acceso a la red es el uso que se hace de ella, qué cosa hace nuestra Comunidad Educativa en Internet, un dato imprescindible para diseñar acciones pedagógicas e institucionales.

Material y método

El presente trabajo tiene su origen en un trabajo práctico planteado en el 4° año A del Nivel Secundario, orientado en Comunicación, de la Escuela Latinoamérica, en la localidad de Burzaco, partido de Almirante Brown, provincia de Buenos Aires, con el objetivo de analizar cuáles son los usos que la Comunidad Educativa del ciclo secundario le da a la Internet, en el marco de la materia Introducción a la Comunicación, con el acompañamiento en la tabulación de los resultados de parte de la materia NTICx del mismo curso.

¹ Empresa de monitoreo Pingdom
<http://royal.pingdom.com/2012/02/16/almost-8-new-internet-users-added-worldwide-every-second-infographic/>

² Internet World Stats
<http://internetworldstats.com/stats.htm>

El grupo de alumnos se ocupó de administrar una encuesta (Anexo 1) en la que se relevaron los usos de Internet, utilizando como base la Encuesta PEW “Generaciones Online 2010” realizada por Internet & American Life Project del Instituto Pew Research Center de los Estados Unidos.³

En una primera instancia los estudiantes llevaron la encuesta a su grupo familiar, y en una segunda etapa se hizo circular la encuesta dentro de la Escuela con el resto de los estudiantes y personal docente y no docente. El resultado de la muestra arrojó una llamativa representatividad estadística, ya que se completaron 210 encuestas, de las cuales correspondieron 104 a varones y 106 a mujeres.

Un rasgo a tener en cuenta es que para el análisis de las encuestas se establecieron cuatro bandas etarias, la primera hasta 20 años (en la que se encuentran masivamente incluidos los alumnos), una segunda banda de entre 20 a 40 años, la tercera banda entre 40 y 50 años y la cuarta y última banda para los mayores de 50 años.

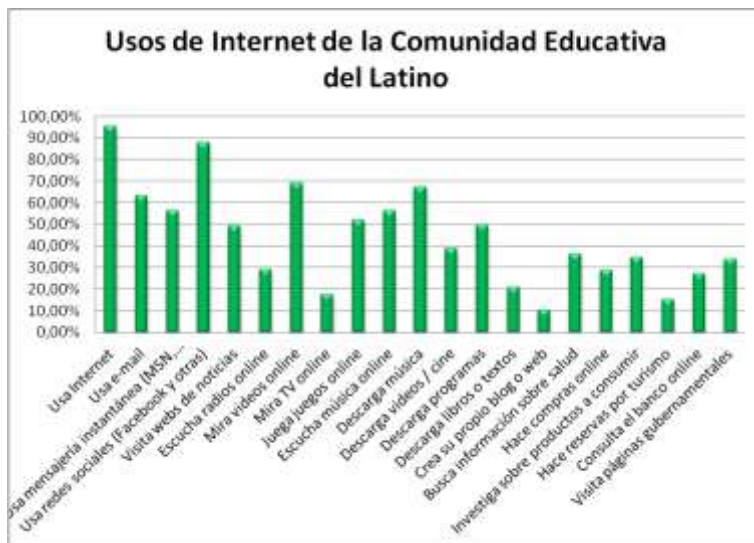
El 50% de las encuestas fueron hechas entre los jóvenes menores de 20 años, el 22% entre los de 20 a 40 años, el 17% entre los de 40 y 50 años y el 11% restante entre los mayores de 50 años.

Análisis y reflexión

Una primera conclusión que surge de la encuesta es el alto porcentaje de la Comunidad Educativa que accede a Internet, por encima del 95%, lo que indica un alto grado de inclusión digital y la perspectiva acerca de que el proceso educativo en la escuela bien puede ya incluir a Internet

como herramienta de aprendizaje para cualquiera de las materias.

Si bien la conectividad es alta el uso de programas de comunicación directa no lo es tanto en nuestra Comunidad Educativa, ya que solo el 60% utiliza el correo electrónico y algo más del 50 % mensajeros como Skype o Google Talk. Este reducido nivel de uso sin duda se relaciona con el hecho de que la práctica de la comunicación directa ha quedado reservada en los últimos tiempos a los teléfonos celulares y sus múltiples formatos de mensajería instantánea, como el caso del popular WhatsApp. Esta tendencia se hace más clara aún cuando desagregamos por edad este apartado, ya que el uso del correo electrónico entre los más jóvenes baja al 50%, siendo la franja de edad de entre 20 y 40 años la que más lo utiliza, el 80% de ellos, revelando que esta herramienta de



comunicación está motivada por razones laborales más que por cuestiones sociales.

Diferentes resultados arroja el análisis del uso de la red social Facebook.

A nivel general el uso de Facebook de parte de la Comunidad Educativa se acerca al 90%, alcanzando el 100% de los menores de 20 años, lo cual coincide con análisis similares a nivel internacional. Este alto porcentaje del

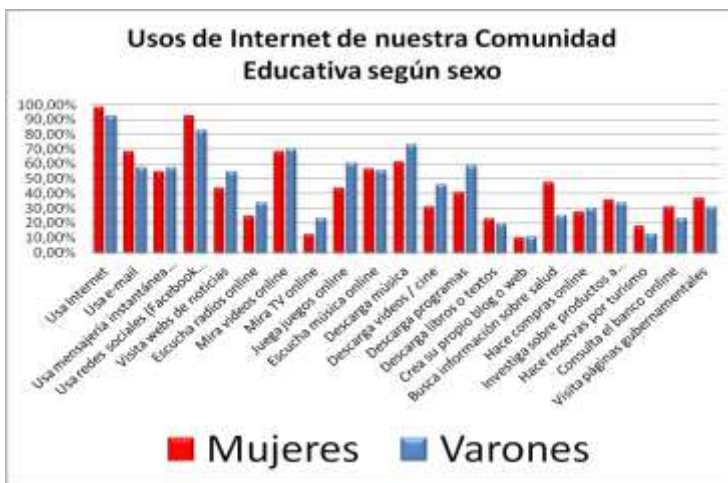
³ Pew Internet <http://www.pewinternet.org/>

uso de Facebook se sostiene aún entre los adultos, ya que tanto entre los de 20 a 40 años como entre los de 40 a 50 años el uso de esta red social es superior al 80%, y recién con los mayores de 50 años el uso de Facebook se reduce al 50 %.

Un dato a tener en cuenta es que entre varones y mujeres son estas últimas las que más utilizan Facebook, con una diferencia de 10 puntos respecto a los varones. Si partimos de la base de que entre los menores de 20 años la totalidad utiliza Facebook, indistintamente sean varones o mujeres, esta diferencia de uso a favor de las mujeres se observa esencialmente entre los adultos.

Otra conclusión estadística es que solo en la franja de mayores de 50 años el uso del correo electrónico supera al de Facebook, lo cual indica que en esta franja etaria el uso de Internet está muy vinculada la esfera cultural de la palabra escrita, propia de aquellos nacidos a mediados del siglo pasado.

Con todo, Facebook es sin dudas el fenómeno más generalizado de Internet entre la Comunidad Educativa, por lo cual debiera profundizarse el análisis para que esta herramienta pueda resultar útil, tanto en la comunicación institucional como en su uso pedagógico.



En lo que hace a proveerse de información a través de Internet la mitad de la Comunidad

Educativa consume noticias desde la web, pero con la necesaria aclaración de que entre los adultos el consumo de noticias por Internet crece llamativamente por sobre los jóvenes. Mientras que solo el 38% de los jóvenes menores de 20 años lee noticias en la web, entre los adultos ese porcentaje sube al 60%, siendo precisamente los mayores de 50 años los que más leen webs de noticias, el 68%, ratificando lo dicho anteriormente sobre la supervivencia en los nacidos a mediados del siglo pasado de la cultura de la palabra aplicada al uso de la Internet, utilizando la pantalla como sustituto del papel, tanto para escribir como para leer.

A propósito de esto último un factor de uso en Internet que decrece con la edad es el de la visualización de videos online, caracterizado por el *tanque* en esta materia que es Youtube.

La cultura de la imagen propia del siglo XXI se expresa en toda su dimensión en este factor de uso de Internet, ya que mientras casi el 90% de los jóvenes menores de 20 años mira videos online, ese porcentaje va bajando a medida que crece la edad: el 73% entre los de 20 y 40 años, se desploma a 38% entre los de 40 y 50 años y alcanza su punto más bajo cercano al 30% entre los mayores de 50 años. Mientras que 9 de cada 10 jóvenes

menores de 20 años mira videos en la web solo 3 de cada 10 mayores de 50 años lo hace, reflejando otro efecto del cambio cultural de la imagen a la palabra que se evidenció en las últimas cuatro décadas.

Un dato adicional es que entre las nuevas generaciones que optan ampliamente por mirar videos por Internet, son las chicas las que lo hacen en mayor escala que los varones, el 93%, mientras que los chicos lo hacen también

masivamente, pero en menor porcentaje,

80%. Seguramente la explicación debiera buscarse en los contenidos a los que se accede, posiblemente relacionados con un mayor gusto por la música de parte de las chicas. Decimos esto porque existe casi la misma diferencia entre chicas y chicos a la hora de escuchar música online, mientras que el 75% de las jóvenes mujeres de menos de 20 años usa Internet para escuchar música, los varones lo hacen en un 67%.

Siguiendo con este rubro, el uso de Internet para escuchar música es alto en la Comunidad Educativa, pero esta práctica está marcadamente enfocada en los hombres y mujeres menores de 40 años, ya que por encima del 60% de los consultados en esa franja etaria lo hace, mientras que si nos remitimos a los mayores de 40 años la escucha de música online se desploma por debajo del 30%.

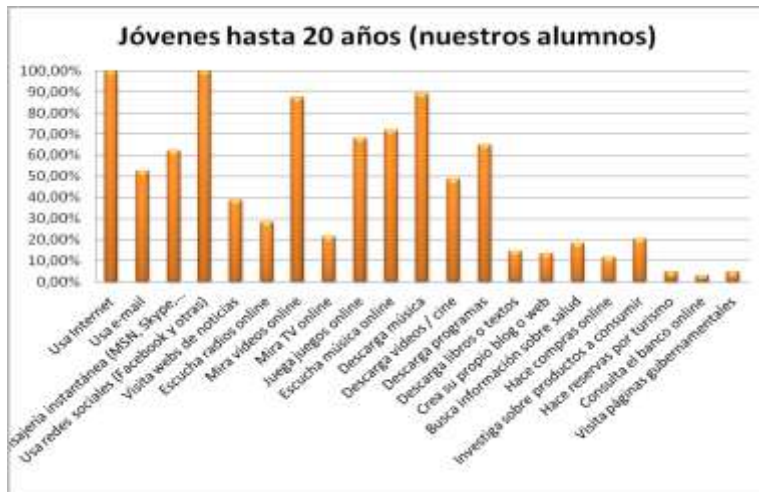
Un uso colateral al de mirar videos online es el de mirar televisión en la web. En este caso se observa que la Comunidad Educativa no ha reemplazado al aparato de televisión por

sube la edad, los más jóvenes que miran televisión en la web apenas superan el 20%.

Un dato adicional a este punto es la llamativa diferencia entre varones y mujeres. Mientras entre las mujeres menores de 20 años solo el 9% mira televisión online, ese porcentaje es triplicado por el número de varones que lo hace, casi el 30%. La explicación estaría, de nuevo, en los diversos contenidos que son objeto de esta práctica, y el fútbol internacional estaría estableciendo la diferencia entre sexos de nuestros jóvenes varones a la hora de reemplazar la pantalla de TV por la pantalla de la PC, ya que el acceso al fútbol internacional en la web está prácticamente liberado mientras que en los sistemas de cable este producto está especialmente tarifado.

Otro rubro de análisis es el uso de Internet para juegos en línea. El 70 % de los jóvenes menores de 20 años juegan juegos online en Internet, pero ese porcentaje se desploma a 30-40 % entre personas mayores de 20 años.

Si duda de todos los nuevos medios el videojuego es el que resulta más paradigmático de las nuevas generaciones, es el que tiene una lógica más alejada de los adultos nacidos antes de los años 80, marcada por la interacción entre el jugador y la computadora, la velocidad, la fragmentación de imágenes, la unidad multimedial, entre otras particularidades que marcan diferencias entre unos y otros. Incluso entre los propios jóvenes son los varones los que



la pantalla de la computadora en lo que a contenidos televisivos se refiere, es decir, sigue respetando el canal natural de la emisión de producciones televisivas que es la pantalla de la televisión. Solo el 17% de los encuestados mira TV online, y si bien este porcentaje también decrece a medida que

claramente predominan sobre las mujeres en el uso de Internet para jugar, ya que 8 de cada 10 chicos lo hacen y solo 5 de cada 10 chicas; invirtiéndose en este caso los porcentajes diferenciales registrados entre chicos y chicas a la hora de analizar el uso de mirar videos en línea.

Otro tema de análisis interesante que surge de la encuesta es el que hace a la descarga de archivos por Internet. Se trata de una actividad controversial dentro de lo que se llama la neutralidad de la red, es decir su uso sin restricciones, es una cuestión altamente debatida la legitimidad del intercambio libre de archivos en Internet.

En lo que hace a nuestra Comunidad Educativa la encuesta arroja que estamos frente a usuarios de Internet que no observan limitaciones a la hora de descargar archivos ya que cerca de 7 de cada 10 descargan algún tipo de archivo de la red, siendo los archivos de música los más descargados, conociéndose que este tipo de archivos son descargados habitualmente de páginas libres que eluden todo tipo de restricciones de derechos, la segunda descarga es la de programas de computación, la tercera la de cine (otro tipo de archivo que elude los controles de restricción de derechos), y la cuarta y última la de archivos de texto.

Esta relación de descargas: música – programas - cine - texto; se mantiene en cada bloque de edad, salvo en el último, el de los mayores de 50 años, donde la relación es: texto – música – programas - cine. Otra vez la diferencia se explica en la persistencia de la cultura de la palabra en los mayores de 50 años, aún en el uso de Internet.

En el total de la Comunidad Educativa los varones descargan en mayor porcentaje música, programas y cine que las mujeres, mientras que estas descargan más textos que los varones, ubicándose la única excepción a esta norma entre los menores de 20 años, donde las chicas descargan más música que los varones como ya hemos apuntando.

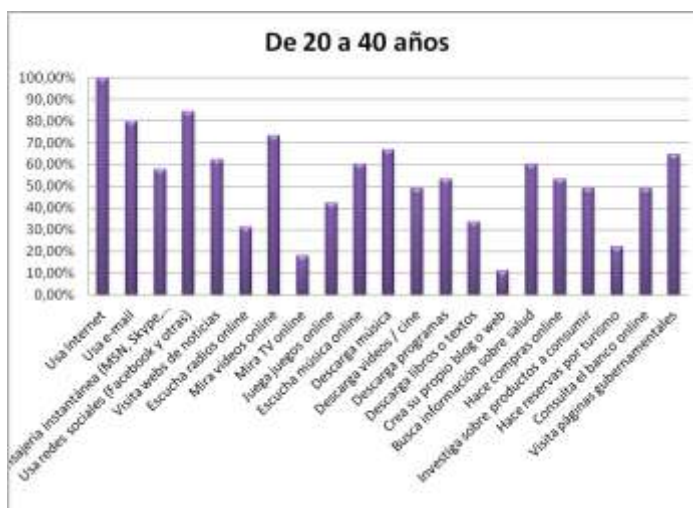
Un factor central que emerge de nuestro análisis del uso de Internet

por parte de la Comunidad Educativa del ciclo secundario de la Escuela Latinoamérica es el muy bajo porcentaje de personas que utilizan la red para generar propias producciones, solo un 10%, no registrándose mayores variantes entre las diversas franjas de edad. Este porcentaje, aunque bajo, responde a los estándares habituales en materia internacional de porcentual de personas que realizan producción en Internet.

La Internet y los nuevos medios que por allí transitan tiene una diferencia sustancial con los viejos medios, y esa diferencia radica en la capacidad de hacer con ellos, no solo consumirlos. Pero por el momento pareciera que esta capacidad sigue restringida a unos pocos que experimentan la producción en Internet.

Un ítem que también se relevó en la encuesta fue la búsqueda de información en salud en la red. Las cuestiones que hacen a la salud han tenido en los últimos años un amplio espacio en Internet, ya que se ha convertido en un tema de suma atención para los internautas, interés motivado seguramente por la tendencia a potenciar al cuerpo propia de la nueva cultura del siglo XXI.

Acompañando esta realidad un tercio de los



encuestados manifestaron consultar contenidos de salud en Internet, resultando bastante claras las diferencias según franjas de edad, mientras los jóvenes menores de 20 años prácticamente no consultan cuestiones de salud, menos de un 20%, las personas de entre 20 y 40 años buscan en Internet cuestiones sobre salud en un 60%, siendo llamativo que esta es la franja de edad que más consulta, ya que entre los mayores de 40 años, a diferencia de lo que podría suponerse, las consultas se reducen hasta llegar al 40%.

Si apuntamos que la cantidad de mujeres que consultan sobre salud en Internet duplica a la cantidad de varones que lo hace, podríamos explicarnos, además de que las mujeres tienen habitualmente mayor preocupación por su salud que los varones, la razón por la cual la franja de entre 20 y 40 años es la más interesada en la salud por la red, y es que esa franja de edad vive el momento de la maternidad, por lo cual la búsqueda tiene seguramente un alto porcentaje referido a los hijos.

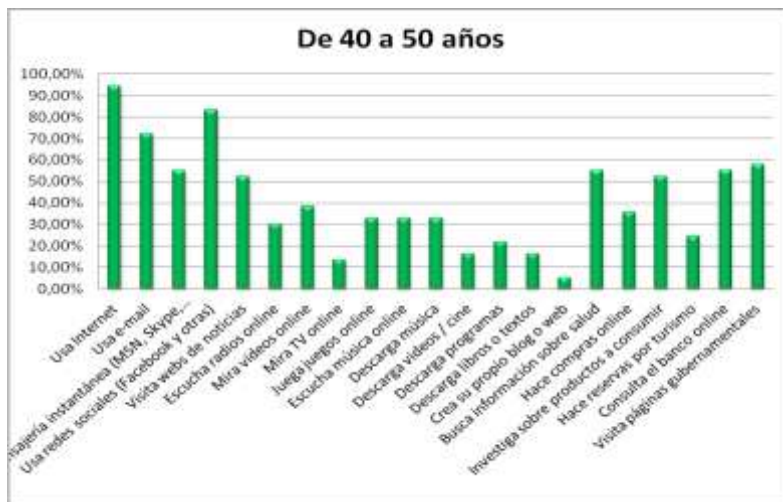
En lo que hace al uso de Internet relacionado con el consumo, ya sea por la efectiva transacción a través de la red o bien por usar la red como espacio de consultas para consumir, es significativo observar que hay un considerable porcentaje de consultados que respondió afirmativamente sobre este tipo de uso, alrededor del 30% si incluimos a los menores de 20 años, pero si despejamos este grupo etario que por su condición carece de autonomía de consumo, el uso de Internet destinado al consumo se ubica en el 50% de los consultados.

Similares consideraciones pueden hacerse del uso de la banca online, ya que la mitad

de los adultos consultados hacen uso de esta herramienta cada vez más popular y necesaria. Lo remarcable en este caso es que de los adultos que usan la banca online son las mujeres las usuarias más habituales sobre los varones.

En materia de utilizar la web para hacer visitas a páginas gubernamentales, la mitad de los adultos consultados lo hacen y su utilización sube a medida que crece la edad, siendo el grupo de los mayores de 50 años los que en un 70% consultan este tipo de instituciones en la red; debiendo suponerse que existen cierto tipo de webs gubernamentales cuyo uso se hace más intenso a mayor edad, como el caso del Anses.

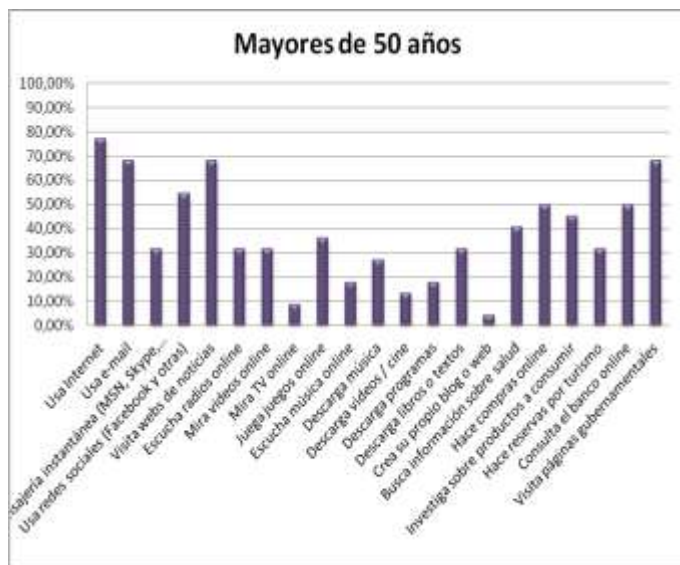
Si tomásemos los diversos rubros de consulta de la encuesta en marcos conceptuales generales, tendríamos la posibilidad de analizar los resultados en base a siete categorías: Uso Social, Uso para el Entretenimiento, Descargas, Uso Informativo, Servicios, Consumo y Producción.



La categoría de Uso Social es la mayor motivación por la cual nuestra Comunidad Educativa accede a Internet, con más del 90% de las voluntades, seguidas por la de Uso para el Entretenimiento y Descargas,

alrededor del 70% de los consultados, y la obtención de información con la mitad de las respuestas afirmativas, quedando el resto de los rubros por debajo del 40 %.

Pero si despejamos dos grupos en estas siete categorías de acceso, un grupo compuesto



por los jóvenes menores de 20 años, esencialmente los alumnos de colegio, y un segundo grupo a los mayores de 20 años encontraremos sugestivas diferencias de uso. Mientras que los estudiantes usan casi exclusivamente Internet para usos de intercambio social, de entretenimiento y descargas, entre los adultos hay una cierta homogeneidad de usos entre el 80 y el 50 % desde el uso social al consumo.

Como mencionamos anteriormente solo hay un muy bajo uso de Internet en el que coinciden estudiantes y adultos, y es el de producir en la red; inclusive los jóvenes menores de 20 años producen más que los mayores de 20, lo cual pareciera anunciar una mejora futura en este uso.

Conclusión

De la encuesta realizada en la Comunidad Educativa del nivel secundario de la Escuela Latinoamérica surgen algunos resultados perfectamente alineados con los usos de

Internet que arrojan otros estudios similares, básicamente afirmar el alto nivel de conectividad, casi absoluto, y el uso generalizado de las redes sociales como el hecho protagónico de la actividad en la red.

Una población escolar que tiene acceso universal a Internet y que manifiesta un uso intensivo de la red (obviando cuáles usos) tiene que despertar en la Escuela una inquietud por lograr dar a estas prácticas, que en todos los casos se dan fuera de la institución, algún cauce útil para su aplicación en el proceso de aprendizaje, sobre todo teniendo en cuenta que el mayor uso de los estudiantes radica en cuestiones que merecen ser analizadas como herramientas escolares, como es el caso de las redes sociales como Facebook o Twitter o el contacto lúdico con materiales multimediales.

Por el lado de la población adulta de la Comunidad Educativa, esencialmente las familias de los alumnos, también se observa esa misma conectividad casi universal y también un uso intensivo de la red con lo cual debiera poder establecerse entre escuela y padres un circuito de utilización de la web como instrumento informativo y de intercambio, algo tan complejo de llevar a cabo de manera personal en estos tiempos en los que mientras la presencia de los padres en la institución se vuelve dificultosa pero los vínculos informativos se hacen cada vez más necesarios e imprescindibles.

Involucrándonos en el análisis del contenido de la encuesta surgen algunos elementos a mencionar, como ser el hecho de ver reflejado de qué manera el cambio cultural del nuevo siglo, que presencia el paso de una cultura de cinco siglos vinculada con la palabra escrita, la grafosfera a decir de Regis Debray, a una nueva cultura vinculada con la imagen, la videosfera, se puede observar en

el uso que le dan a Internet diferentes generaciones.

Si bien los adultos mayores de 50 años también utilizan mayoritariamente Internet como las generaciones más jóvenes lo hacen esencialmente reproduciendo las prácticas propias de la grafosfera, transformando la pantalla en una superficie de palabras, reproduciendo formas de producción y uso del papel. Mientras las generaciones nacidas desde el último cuarto del siglo XX en adelante los usos están mucho más vinculados con los nuevos medios digitales, con la imagen como factor protagónico.

No parece observarse en nuestra Comunidad Educativa la presencia de un grupo considerable de excluidos digitales (aquellos desinteresados o sin acceso), por el contrario, se observa una actividad en Internet en todas las franjas etarias con obvio predominio de los más jóvenes, pero sin que se resienta especialmente hacia arriba de los niveles de edad.

Esto debiera ser un dato relevante para el cuerpo docente para intentar aproximaciones a estos nuevos lenguajes y también para los órganos directrices de la institución para mejorar las vías de comunicación, conociendo que la Escuela Latinoamérica tiene diversas experiencias en funcionamiento dentro del circuito de las redes sociales.

Este trabajo constituye un primer paso en el análisis del escenario de las nuevas tecnologías en la población escolar, un paso que puede servir de base para posteriores ampliaciones del análisis, teniendo en cuenta que no hay posibilidades de avanzar en proyectos e ideas sino es a partir de un conocimiento acabado de los comportamientos y realidades con las que contamos para su desarrollo.

Junio 2013

ANEXO I

ENCUESTA SOBRE CONSUMOS DE INTERNET

En la comunidad educativa de la Escuela latinoamérica

Edad:

Sexo:

Marque con una cruz la actividad que usted realiza en Internet

- Usa Internet
- Usa e-mail
- Usa mensajería instantánea (MSN, Skype, etc.)
- Usa redes sociales (Facebook y otras)
- Visita webs de noticias
- Escucha radios online
- Mira videos online
- Mira TV online
- Juega juegos online
- Escucha música online
- Descarga música
- Descarga videos / cine
- Descarga programas
- Descarga libros o textos
- Crea su propio blog o web
- Busca información sobre salud
- Hace compras online
- Investiga sobre productos a consumir
- Hace reservas por turismo
- Consulta el banco online
- Visita páginas gubernamentales