

# Jóvenes, gadgets y redes sociales

Javier Casco López\*  
Patricia del Carmen Aguirre Gamboa\*\*

## Resumen

Las redes sociales, al igual que el chat y el whatsapp, son fenómenos de comunicación que sin duda están propiciando una gran participación tanto en la red como en la telefonía celular. Mantener contacto con los amigos y la sensación de pertenencia al grupo son los factores clave para iniciarse en este mundo en el que la mayoría de usuarios se dieron de alta porque alguien los invitó o porque estar en face es muy "cool". Aunado a ello está el surgimiento de diversos dispositivos móviles llamados <<Gadgets>>, que ofrecen cada día funciones innovadoras a través de las diversas aplicaciones que hacen de la comunicación en red, una forma de vida y de trabajo. Todo gira alrededor de un Smartphone o de una Ipad.

Estas formas de comunicación suponen un alto grado de interacción social ya que permite el intercambio constante y dinámico que se da entre las diversas personas que lo componen, cada una desde sus diversos ámbitos o contextos. Se constituyen como sistemas abiertos altamente socializantes que implican una serie de necesidades que los usuarios requieren satisfacer.

Este artículo presenta los resultados de una investigación cobijada en el paradigma funcionalista, sobre el constructo generado entre jóvenes, sobre los usos y gratificaciones de las redes sociales a través de dispositivos móviles, como un sello característico de las generaciones hiperconectadas. Los actores sociales son jóvenes universitarios de la Facultad de Comunicación de la Universidad Veracruzana. La metodología

**Palabras clave:** Redes sociales, gadgets, jóvenes, usos y gratificaciones.

**Keywords:** Social networking, gadgets, young, uses and gratifications.

\*Docente de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación  
Universidad Veracruzana  
[javiercasco67@yahoo.com.mx](mailto:javiercasco67@yahoo.com.mx)

\*\*Docente de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación,  
Docente de la Especialidad en Estudios de Opinión  
Universidad Veracruzana  
[patrice994@hotmail.com](mailto:patrice994@hotmail.com)

utilizada es la cualitativa a través de la Entrevista Focalizada, bajo el enfoque de la Teoría de Usos y Gratificaciones, que entre otras cosas señala que: el público se muestra como un usuario activo del contenido de los medios más que como un usuario pasivo influido por los mismos.

¿Qué hacen los jóvenes universitarios con las redes sociales? Es el propósito de este reporte de investigación.

## **Abstract**

As well as the chat and the whatsapp, social networks are communication phenomena that are certainly leading to a great participation both in the network and cellular phones. Maintain contact with friends and the feeling of belonging to the group are the key factors to start in this world in which the majority of users were given high why someone invited them or be in face is very "cool". Coupled with this is the emergence of various mobile devices called <<Gadgets>> which offer innovative functions, through the various applications that make communication network, a way of life and work every day. Everything revolves around a Smartphone or Ipad.

These forms of communication are a high degree of social interaction that allows the constant and dynamic exchange between different people who compose it, each from their various areas or contexts. They are considered a highly socializing open systems that involve a series of needs that users need to meet.

This article presents the results of an investigation that is nestled in the functionalist paradigm, based on the construct generated among young people, about the uses and gratifications of social networks through mobile devices, such as a hallmark of the hyperconnected generations. The social actors are students of the Faculty of communication at the Universidad Veracruzana. The methodology used is the qualitative through the focused interview, under the approach to the theory of uses and Gratifications, which, among other things, points out that: the public is displayed as an active media content user rather than as a passive user influenced by them. What do the students with social networks? It is the purpose of this research report.

## **Introducción**

El impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en nuestra cultura nos hace pensar en las diversas formas en que el ser humano percibe su mundo. Actualmente somos testigos de los cambios que se generan principalmente por la irrupción de Internet. Con su presencia ha traído consigo nuevas modalidades de socialización.

**Definen modos de relacionarse, con diversos tipos de hipersensibilidad**

El interés por estudiar los gadgets y las redes sociales en jóvenes universitarios surge con la idea de determinar los usos que los internautas le otorgan a las plataformas interactivas de mayor

demanda, principalmente en jóvenes que nacieron a mediados de los años 90. Actualmente la sociedad se encuentra hipermediatizada, ya que tecnologías de comunicación e información permiten comunicarnos en tiempo real. Generan un nuevo espacio social que se caracteriza por ser la reproducción de la realidad. El único tiempo que podemos vivir es el aquí y el ahora, el futuro es lo que podemos construir, pero no lo podemos vivir. “Por primera vez en la historia, la generación de chicos actuales, nacidos entre mediados de los noventa y principios del año 2000 se están introduciendo a/en los medios (la cultura, el mundo, la subjetividad) a través del intermediario digital (...)” (Piscitelli, 2006:182).

Desde sus orígenes, Internet ha sido uno de los inventos más revolucionarios que el hombre ha experimentado, es territorio de encuentro entre un gran número de individuos, que se conectan a la red tendiendo a crear un nuevo tipo de “colectividad en línea” con sus propias pautas, formas de relacionarse y características por definir.

Este medio ha dado lugar a relaciones humanas virtuales basadas en encuentros en salas de chat, listas de interés, foros de discusión, correo electrónico y los llamados entornos virtuales. Si bien Internet aún está limitado a un grupo minoritario en relación con la población en general, no se puede negar la existencia de novedosos espacios virtuales, que definen modos de relacionarse, con diversos tipos de hipersensibilidad. Uno de estos espacios son las denominadas redes sociales.

Gallego define red social “Como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad (Gallego, 2010:176).

Las redes sociales poseen características que facilitan no solo el intercambio de ideas entre dos o varios usuarios, son un espacio de virtualización en el cual convergen diversidad de pensamientos, por su configuración contiene comandos de apoyo, secuencias de códigos con una programación predeterminada y que tienen usos específicos, de tal manera que los usuarios interactúen. “Ya no estamos hablando tanto del hipertexto como una estructura de documentos interconectados sino como una red de usuarios interactuando entre sí, mediatizados por documentos compartidos y dispositivos de comunicación” (Scolari: 2008: 92,93).

**“La red....contribuye a una nueva categoría de ciudadanos, una especie de ciudadanía del ciberespacio”**

La cultura, las formas de relacionarse, el lenguaje son algunos de los ejemplos de este devenir tecnológico que se está instalando tanto en la vida pública como privada de los individuos, que cada día conforman diversos grupos dentro de una red social, sociedades redes o comunidades virtuales. Como apunta Juan Luis Cebrián (1998) en su texto “La red....contribuye a una nueva categoría de ciudadanos, una especie de ciudadanía del ciberespacio” (Cebrián, 1998:26)

A catorce años del inicio del siglo XXI, la postmodernidad ha permitido que Internet se convierta en un espacio lúdico y escaparate expositivo de un sinfín de usos y prácticas visuales e interactivas. Los internautas gestionan sus propios contenidos a través de los más disímiles procesos de comunicación que determinan su socialización con otros individuos, ya sea para mostrar lo que acontece en el mundo contemporáneo o bien para presentar su identidad ante la otredad. Su funcionamiento describe Dans (2009:287) es el siguiente:

- “1. Dentro de una plataforma común (sitio Web), un usuario invita a un grupo de usuarios a que establezcan una conexión online por medio de dicha plataforma. Cada usuario que acepta la invitación, pasa a formar parte de su red de contactos.
2. Cada uno de estos nuevos usuarios realiza la misma operación, invitando a otro número determinado de conocidos, esparciéndose de este modo las conexiones.
3. Con las relaciones creadas, el usuario crea lo que hoy se conoce por red de contactos, pudiendo intercambiar información de diversa índole, en función del tipo de red social”.

Los jóvenes se han convertido desde un mundo virtual en “sujetos íntima y estructuralmente mediados por sus interacciones desde y con la tecnología (...) un sujeto tanto más formado cuanto más densa y fuerte sea la trama de las interacciones entre sujetos, donde las mediaciones tecnológicas revelan su potencial” (Martín-Barbero, 2004: 41).

Las redes sociales de comunicación pueden ser analizadas desde diversas aristas, desde lo educativo como una herramienta para el aprendizaje, desde lo psicológico como nueva forma de comportamiento o adicción a su uso, como vehículo ideológico o político y como una plataforma para todo tipo de marketing. Sin embargo, no hay que olvidar la esencia de su uso que es eminentemente social.

Por otra parte, la utilización apropiada de dispositivos móviles puede favorecer el aprendizaje, estimular la creatividad y la inteligencia, son una herramienta multitarea, facilitan el manejo de la tecnología y pueden utilizarse en cualquier sitio. Así mismo, ofrecen una serie de desventajas como la pérdida del concepto multitarea, la reducción de las relaciones sociales, así como el acceso a contenido no adecuado. (Ron et al., 2013: 92).

**La utilización apropiada de dispositivos móviles puede favorecer el aprendizaje, estimular la creatividad y la inteligencia**

Los dispositivos electrónicos o gadgets, según Jaques Lacan (1988), son: objetos de consumo producidos y ofertados como “deseos” por la lógica capitalista, en la cual están incluidos el saber científico y las tecnologías en general. Muchos de estos gadgets son considerados por Lacan como “sujetos mercadería”, aquellos que incorporan de forma algo psicótica una actitud de objetos de consumo breve y que, por eso, invierten sus energías en probarse consumibles o deseables a los ojos de eventuales pares o a los del mercado, eje de su comportamiento. Un smartphone de última generación o un Ipad representan el nuevo status social entre los jóvenes.

Por tal motivo, con la inquietud de conocer cuáles son los usos que los estudiantes de nivel universitario le confieren tanto a los dispositivos móviles como a las redes sociales, esta investigación se cobija en la corriente de Usos y Gratificaciones.

“El enfoque sobre usos y gratificaciones ha propuesto conceptos y ha presentado pruebas que explicarán probablemente la conducta de individuos respecto a los medios, con más fuerza que las más remotas variables sociológicas, demográficas o de personalidad. Comparado con los clásicos estudios sobre efectos, el enfoque de usos y gratificaciones toma como punto de partida al consumidor de los medios más que los mensajes de éstos, y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Contempla a los miembros del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influido por ellos. Por tanto, no presume una relación directa entre mensajes y efectos, sino que postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto. Por otra parte, el enfoque de usos y gratificaciones aporta una perspectiva más amplia para la exploración de la conducta individual frente a los medios, al unirla a una búsqueda continua de las formas en que los seres humanos crean y gratifican las necesidades [...] El enfoque postula que las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo del contenido de los medios, sino del propio acto de la exposición ante un medio dado, así como el contexto social en que ese medio es consumido” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985:129-130)

**Incorporan de forma algo psicótica una actitud de objetos de consumo breve**

Según esta teoría, la influencia de los mensajes obedece más de los objetivos del receptor del mensaje que de las características del propio mensaje. Con lo cual, un mismo mensaje puede desatar diferentes efectos. Asentadas estas bases, la estrategia que se llevó a cabo en la investigación fue consultar a los estudiantes universitarios (usuarios de redes sociales) qué motivos concretos les han llevado a prestar atención a unos mensajes, a elegir un medio u otro y qué gratificaciones han experimentado.

En la teoría de los usos y las gratificaciones, el público se muestra como un usuario activo del contenido de los medios más que como un usuario pasivo influido por los mismos. Esto lleva a que no exista una relación directa entre los mensajes y los efectos, sino que los usuarios hacen uso de los mensajes y ese uso funciona como una variable que interviene en el proceso del efecto.

Esta teoría aporta una perspectiva más amplia para el estudio de la conducta individual frente a los medios, ya que estudia la forma en que los seres humanos crean y gratifican sus necesidades. Algunas de esas necesidades pueden estar relacionadas con los medios y otras no y, por lo tanto, se pueden gratificar por otras fuentes, es decir, las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo del contenido de los medios sino del propio acto de la exposición ante un medio dado.

**Explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios**

Para conocer más de cerca cómo actúa esta teoría sobre el tema investigado se formularon las siguientes preguntas:

- ¿De qué manera los jóvenes universitarios usan los teléfonos móviles e Internet?
- ¿A qué edad se iniciaron en el uso de las redes sociales de comunicación?
- ¿Cuál es su historia digital en la red?
- ¿Qué impacto tienen el acceso y uso de estos dispositivos móviles en las dinámicas cotidianas de socialización de jóvenes universitarios?
- ¿Cómo afecta o beneficia el uso de las diversas formas de comunicación en línea, como son redes sociales, chat y whastapp?
- ¿Con qué frecuencia se conectan?
- ¿Con qué frecuencia utilizan las redes sociales?
- ¿Cuáles son los motivos que les llevan a utilizar las redes sociales?
- ¿Estar conectado a las redes sociales es algo adictivo?
- ¿Qué sucede con el joven si llegara a perder su dispositivo móvil y por ende sus contenidos?
- ¿Qué actividades realizan cuando se conectan a una red social?
- ¿Qué satisfacciones obtiene tanto del uso de las redes sociales como de la posesión de un dispositivo móvil?

## Metodología

Tal vez el mejor camino en la actividad de un investigador es aquel que abarca exigencias de las fundamentaciones teóricas y empíricas, es decir muchas veces no basta con tener un sustento teórico, si este no se vincula con la práctica.

Evidentemente, las estrategias metodológicas cuantitativas y cualitativas nos ofrecen puntos de vista divergentes. Y quizá en eso radica el aporte de cada una de ellas: ofrecernos perspectivas distintas que por un lado se oponen, pero que por el otro se enriquecen y complementan, ya que cuando se combinan, amplían la mirada del investigador. Si bien este estudio sólo se realiza en el plano de lo cualitativo, es interesante saber que en el abordaje de las redes sociales, se han utilizado diversos métodos y técnicas de investigación.

La metodología siempre implica una reflexión y argumentación sobre los pasos y operaciones (decisiones clave) que el investigador tiene que dar para construir información y conocimiento sobre su objeto de estudio. “La metodología se caracteriza por ser normativa al (valorar), pero también es descriptiva cuando (expone) o comparativa cuando (analiza). La metodología también estudia el proceder del investigador y las técnicas que emplea. De ahí que ésta auspicie la variedad de procedimientos, criterios, recursos, técnicas y normas prácticas que el docente investigador puede aplicar según las necesidades” (Quiroz, 2003:70).

**Metodología de tipo cualitativo, a través del uso de la entrevista focalizada a 27 jóvenes**

Para los efectos del estudio se utiliza una metodología de tipo cualitativo, a través del uso de la entrevista focalizada a 27 jóvenes, todos ellos estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Veracruzana; el sentido y estrategia de esta técnica de investigación es para conocer en primer lugar: la relación que tienen con sus dispositivos móviles (tablets y smartphones) y en segundo lugar entender el uso que le otorgan a las redes sociales. Son jóvenes de diversos semestres que demostraron tener una alta interactividad en la red. Proviene de diversas partes del estado de Veracruz y su estatus social es nivel medio y medio bajo. La gran mayoría de ellos viven en pensiones o en cuartos de alquiler que comparten entre dos o tres compañeros.

## Hallazgos

Del conjunto de preguntas realizadas a los jóvenes universitarios, se ha obtenido un extenso y variado abanico de respuestas sobre el uso de las redes sociales a través de sus dispositivos móviles, así como una abundante información complementaria que permite una mayor comprensión de las mismas. Sus resultados se presentan a continuación.

Dentro de los hallazgos fue interesante conocer que los jóvenes universitarios obtienen una doble satisfacción, no sólo por poseer un buen Smartphone o una Ipad, sino también el coexistir en una red social para ser visto y obtener legitimidad.

### Sino también el coexistir en una red social para ser visto y obtener legitimidad.

En relación a la serie de preguntas formuladas en la entrevista focalizada, la gran mayoría de los jóvenes inicia su historia digital entre los 12 y 14 años, son jóvenes que actualmente tienen de 19 a 23 años y su transición en la red, va desde las primeras plataformas interactivas como el MSN, Metroflog, Hi5, Sónico hasta llegar a las que usan cotidianamente.

Informante No. 6, fémina de 18 años y estudiante del tercer semestre de la licenciatura comenta:

*“Primero comencé teniendo Messenger y recuerdo que a mis amigos les pedía su correo y eran pocos los que tenían y en ese tiempo me conectaba cada dos días o todo un fin de semana. Después cree mi cuenta de metroflog y ahí eran más amigos los que tenía agregados, podía ver a mis amigos y a los amigos de ellos y sus comentarios. Ya luego fue que me hice de una cuenta de Facebook, pero recuerdo que sólo entraba en la computadora, ya que mi cel no tenía red social, y sólo ocupaba este para mensajes de texto, llamadas, música y la cámara. Fue hasta la preparatoria cuando comencé a utilizar el whatsapp y tener otro tipo de celular”.*

En cuanto al impacto que tiene el acceso a los dispositivos móviles en las dinámicas de socialización consideran:

*“son herramientas muy útiles actualmente, ya que coordinan todas las actividades de un chico universitario, me sirve de reloj, de despertador, de agenda, de cámara, de archivo digital, uff de todo...” Sin embargo hay quienes opinan que este acceso que se tiene a teléfonos de última generación o a*

*tablets que les permiten realizar muchas actividades... “puede tener su lado negativo, ya que para algunos es indispensable y no pueden vivir sin su celular, son dependientes totalmente”.*

Otros jóvenes en su mayoría mujeres, opinan que estos dispositivos móviles les permiten estar constantemente en conexión con el mundo...

*”Puedo estar en contacto con familiares y amigos de manera más fácil y cercana...”, como si el celular y la red social les brindara la sensación de cercanía... “A veces echo de menos no estar en el cumpleaños de mi mamá o papá... o participar de algún evento con los amigos, sin embargo puede ver las fotos y me alegra saber que están bien”, comenta la estudiante No. 8, alumna del quinto semestre.*

Masculino de 20 años, estudiante de tercer semestre: *“Me mantiene en contacto con mi novia que se quedó estudiando en mi ciudad natal, sólo nos vemos cada 15 días, pero al menos podemos platicar por el whatsapp por el celular. En ocasiones habilitamos el Skype”.*

En cuanto a las afectaciones o beneficios que le proporcionan algunos programas, como el chat, el whastapp, que no son precisamente redes sociales comentan:

Estudiante No. 20, masculino de 23 años, de quinto semestre: *“Yo no soy como los demás, no niego que me gusta estar en las redes, pero puedo dejar a un lado mi celular cuando estoy en clase, no como mis compañeras que cada dos minutos voltean a ver si ya les contestaron y se olvidan completamente de todo, están ajenas a la realidad, les habla uno y ni contestan”.*

*“Pues a mí me afecta, porque me desconecto del mundo real... y eso no me gusta, sin embargo, si oigo sonar mi celular... inmediatamente veo qué me llegó”.* Responde la estudiante No. 13 de primer semestre y con 18 años.

En lo referente al uso y la frecuencia de conexión a una red social o aplicación para enviar o recibir mensajes, algunos testimonios fueron los siguientes:

*“Me conecto a diario, quizás de 3 a 4 horas en promedio”.*

*“Yo sólo me conecto en mis ratos libres”.*

*“A cada rato, todas las aplicaciones están abiertas en mi cel, de tal manera que a la hora que me busquen atiando”.*

De los 27 estudiantes universitarios, sólo una joven de 22 años comenta que: *“Yo me conecto de manera moderada, quizás de 2 a tres horas y mis ratos libres... es útil para que me pueda comunicar, pero a veces llega un momento en que me hostiga, por el hecho de que es un mundo siempre activo”.*

Pese a que la mayoría de ellos no se consideran adictos a su celular o tablet, que dicho sea de paso, son pocos los que tienen, ante la pregunta de qué harían si se les perdiera su celular se obtuvieron respuestas interesantes y alarmantes por la alta exposición y dependencia hacia un dispositivo electrónico.



Si se me perdiera mi celular:

*“Me muero”.*

*“Me sentiría mal”.*

*“Me frustraría”.*

*“Mis padres me regañarían”.*

*“Me desesperaría, pero son cosas materiales”.*

*“Desesperada por no saber qué pasa con el entorno”.*

*“Muy asustada, se me aceleraría el corazón y sentiría algo en el estómago”.*

*“Triste y enojada, porque tengo muchas fotos”.*

*“Me preocuparía, más que por el celular, por el contenido que tengo en él”.*

*“Me desesperaría, pero luego recuerdo que tengo lap y se me pasa” (a modo de rana René).*

*“Me daría un mini infarto y gritaría como loco”.*

*“Me sentiría vacía, mi celular es mi vida”.*

En cuanto a los usos que le dan a las redes sociales y los dispositivos móviles la mayoría de los jóvenes entrevistados consideran que dentro de las actividades que comúnmente suelen realizar son:

- Subir foto y videos.
- Jugar en línea y pertenecer a grupos de juego.
- Chatear con sus amigos, ya sea para “chismear” o para acordar tareas escolares.
- Postear y dar likes, comentar lo que otros publican, ya sea con la finalidad de “Trollear” (molestar al otro) o bien dar un punto de vista.
- Stalkear, es otra de las acciones que la mayoría de ellos suele realizar, les gusta observar al otro, ver lo que hace y saber quiénes son sus amigos y conocidos. La red social les despierta el espíritu “voyeurista” en algunas ocasiones.
- Transmitir información, es otra de las actividades que suelen realizar los jóvenes universitarios, para mantener al día a los demás “amigos” o contactos de la red, suelen ser noticias o información de carácter general.
- Generar contenidos (“memes principalmente”), es otra de las actividades lúdicas que los jóvenes realizan con asiduidad.
- Utilizar la red como apoyo didáctico, ya que les permite entablar diálogos con sus compañeros para trabajar en equipo sus variadas experiencias educativas.
- Usar la red como medio de comercialización y realizar ciberactivismo son otras de las acciones que los universitarios realizan, aunque con menor medida.

En cuanto a las aplicaciones o redes sociales que más utilizan están:

- Facebook.-Red social
- Whatsapp.-Aplicación de mensajería para enviar y recibir mensajes

Si se me perdiera mi celular: “Me muero”.

“Me sentiría vacía, mi celular es mi vida”.

- Twitter.-Servicio de microblogging
- Instagram.-Red social para compartir fotos
- Snapchat.- Aplicación móvil dedicada al envío de fotos y mensajes que se “destruyen” entre uno y diez segundos después de haberlos leído.
- Youtube.-Sitio para subir y compartir videos
- Skype.-Aplicación para realizar videollamadas
- We heart it.- Es una aplicación para que las personas se conecten y se expresen a través de imágenes
- Tumblr.- Plataforma de microblogging que permite publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio
- Vine.- Aplicación de Twitter para crear y publicar videos cortos.

## Conclusiones

Una vez realizado el análisis de los datos se puede concluir que las gratificaciones que obtienen de su exposición en redes sociales, a través del uso de gadgets, son las siguientes:

**Gratificaciones de socialización:** Los usuarios establecen contacto con sus amigos, familiares y con personas con las que comparten intereses o aficiones comunes. En otras palabras la necesidad que se tiene de pertenecer a un grupo y ser reconocido por los demás miembros.

**Gratificaciones de tipo tecnológico:** Usar un dispositivo tecnológico sobre todo si es de última generación, proporciona beneficios de tipo técnico a quienes interactúan en una red social, adquieren destreza y habilidad en el manejo de sus gadgets y de sus componentes, sobre todo por la interactividad, mutabilidad e hipermeabilidad que proporcionan estos equipos.

**Gratificaciones de tipo laboral o profesional:** ya que tiende a mejorar la relación con otros usuarios, hacer contactos para crear negocios, ofrecer servicios, así como la búsqueda de empleo.

**Gratificaciones de tipo informativo:** satisfacer necesidades de información general o sobre temas concretos. Desde un simple chisme hasta la búsqueda de datos para la realización de una tarea o investigación.

**Gratificaciones de tipo lúdico y de esparcimiento:** Realización de actividades lúdicas para matar el ocio y liberar el stress. Como el subir fotografías, crear memes y difundirlos, postear, stalkear, jugar en línea con otros usuarios, etc.

**Gratificaciones de tipo colaborativo:** creación y promoción del bien común. Cómo el hecho de unirse ante una desgracia y ayudar a los demás. La red como plataforma de activismo social y el smartphone como testigo visual de un acontecimiento.

La necesidad que se tiene de pertenecer a un grupo y ser reconocido por los demás miembros

**Gratificaciones de reconocimiento:** Muchos usuarios son reconocidos en la red social ya sea por su fama o su popularidad. Esto confiere status entre sus seguidores y amigos. Principalmente si suben selfies con personajes de la farándula o de la política.

**Gratificaciones de tipo emocional:** Llenar un vacío con la búsqueda del amor. O bien mantener en contacto a los amores lejanos.

**Gratificaciones de tipo educativo:** Sin duda una red social es un espacio virtual que provee nuevos conocimientos y habilidades. A muchos usuarios en su mayoría estudiantes les ha servido para la realización de tareas conjuntas o para preguntarle a la comunidad sobre un tema que le permita realizar sus actividades académicas.

La red como plataforma de activismo social y el smartphone como testigo visual de un acontecimiento.

### A modo de cierre....

- En los casos analizados, preexiste un acuerdo sobre el uso que le confieren a Internet y a sus soportes, ya sea para publicar y comunicar actividades relacionadas a sus intereses personales o bien para tener el acceso a información de carácter general.
- El exponerse en una red social puede causar problemas de seguridad y privacidad.
- Evitar excesos o riesgos con los equipos móviles
- En promedio están conectados de 4 a 10 horas al día, durante todas las actividades cotidianas, al ir en autobús de su casa a la escuela, en la “uni” durante las clases, a la hora de la comida, sentados frente al televisor que no ven, incluso en espacios tan íntimos como el ir al baño. Sin embargo consideran que a lo sumo están una hora y media dedicados a la interacción con otros usuarios. *“Bueno yo tengo conexión todo el día, pero eso no implica que le dedique tantas horas a estar en face”*. Señala una joven de 19 años, alumna del primer semestre. Por el lado contrario un estudiante de 22 años, el informante no. 5, señala *“Tengo conexión sólo cuando vengo a la universidad o ando buscando wifi gratis”*.
- Los jóvenes utilizan los nuevos gadgets o dispositivos tecnológicos para transmitir sus logros, gustos, pasatiempos o necesidades académicas.
- Pueden ser una herramienta para el desarrollo personal.
- Las tablets junto con los smartphones, han revolucionado la manera de comprender a Internet como medio de comunicación en los últimos años.
- Conexión y uso durante el día.
- Uso indistinto del equipo.
- Es evidente que no es posible aclarar ni generalizar la relación de los jóvenes con las redes sociales, en ocasiones puede ser excesiva, sin llegar a ser propiamente una conducta adictiva, como la mayoría de ellos señala. Sin embargo, es notorio que si hay una cierta obsesión sobre todo en las mujeres por checar su celular cada dos minutos, son una nueva generación de jóvenes hiperconectados a las tecnologías y que sin duda, el no tener ingresos los imposibilita en cierta medida para la adquisición de mejores y sofisticados equipos. ■



## REFERENCIAS ■

---

Cebrián, J. Luis (1998). *La red*. Buenos Aires: Taurus.

Dans, E. (2009). "Microblogging, Medios y Redes Sociales" en *Cuadernos de Comunicación, Evoca. I. La revolución de la prensa digital*, pp. 36-37.

Gallego, J. C. (2010). *Tecnologías de la información y de la comunicación. Técnicas básicas*. Madrid: EDITEX.

Katz, E., Blumler, J.G. y Gurevitch M. (1985). "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas" en M. de Moragas (Eds), *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Lacan, Jacques (1988). "La tercera" en *Intervenciones y Textos 2*, Buenos Aires: Manantial.

Martín-Barbero, J. (2004). "Narraciones Sociales y Mediación Intercultural. El Trabajo Intermediador de Hermann Herlinghaus" en: *Nómadas*, 20.

Ron Rodrigo, Álvarez Antón, Nuñez Patricia (2013). *Los efectos del marketing digital en niños y jóvenes. Smartphone y tablets ¿Enseñan o distraen?* Madrid: ESIC, Pozuelo de Alarcón.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Psiciteli, A. (2006). "Nativos e inmigrantes digitales. ¿Brecha digital, brecha cognitiva o las dos juntas y aún más?", RMIE, Vol. I I, núm. 28, pp. 179-185. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/467656/Nativos-e-Inmigrantes-Digitales>