



Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades

ISSN: 0188-9834

noesis@uacj.mx

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
México

Becerra Romero, América Tonantzin
Jóvenes e internet. Realidad Y mitos

Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, vol. 24, núm. 47-2, diciembre, 2015, pp. 65-75

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Ciudad Juárez, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85939869005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

JÓVENES E INTERNET. REALIDAD Y MITOS

Young and internet. Reality and Myths

América Tonantzin Becerra Romero¹

Fecha de recepción: 5 de febrero del 2015
Fecha de aceptación: 22 de mayo del 2015

1- Nacionalidad: Mexicana. Grado: Doctora en Ciencias Sociales. Especialización: Comunicación y jóvenes.
Adscripción: Universidad Autónoma de Nayarit. Correo electrónico: americabr01@gmail.com.

Resumen

La relación entre jóvenes urbanos e internet parece ineludible. Día a día, las actividades, deseos, necesidades e intereses de los y las jóvenes actuales se pueden visualizar a través de las acciones que realizan en la red, sobre todo en las redes sociales, sitios web, blogs y vlogs. Dichas acciones, son apreciadas de distinta forma por los grupos sociales, de manera que pueden ser altamente valoradas o bien, criticadas. En este ensayo se exponen una realidad y cuatro mitos sobre los jóvenes e internet, en un afán de contribuir a las aportaciones realizadas a este tema desde el ámbito de la comunicación y de los estudios de juventud.

Palabras clave: jóvenes, internet, comunicación, estudios sobre juventud.

Abstract

The relationship between urban youth and the internet seems *unavoidable*. Day to day activities, *desires, needs* and interests of young people can be observed through the actions performed on the network, *especially* through social networks, websites, *blogs* and video blogs. These actions are valued differently by social groups, *so that* may be highly valued or, criticized. This paper *show one* reality and four myths about youth and the internet, *in order* to contribute to this issue from the field of communication and youth studies.

Keywords: young, *internet, communication, youth studies*.

Introducción

En el ámbito de las Ciencias Sociales, el estudio de la juventud tomó relevancia a partir de la segunda mitad de los años ochenta con la incidencia de los grupos juveniles urbano-populares en la sociedad. Ligadas a la perspectiva teórica-metodológica de los estudios culturales, las investigaciones de los últimos años en América Latina se han centrado en el análisis de la juventud en relación con su participación social, los movimientos sociales, la educación, el género, las culturas juveniles y los consumos culturales. Un área de interés particular, ha sido el estudio de las prácticas mediáticas y la construcción de las identidades, lo cual no es fortuito sino que responde a la estrecha relación que los jóvenes actuales tienen con las tecnologías de información y comunicación, especialmente internet.

Este medio, forma parte de la vida cotidiana de un gran número de personas, pero su uso toma rasgos específicos cuando se trata de jóvenes: es un agente central en la conformación de su identidad y de su visibilidad en la sociedad. Además de ser un medio audiovisual e interactivo, en la red encuentran la forma más fácil, rápida y económica para satisfacer sus necesidades juveniles, y su uso, marca rupturas significativas con las formas de ser joven de las generaciones anteriores.

El empleo de internet por los jóvenes no se valora de la misma manera por los diversos grupos sociales. Para algunos, puede ser una pieza clave en la formación profesional y la inserción de las personas en la “sociedad del conocimiento” (imaginario que antes se aplicaba a los libros impresos). Otros, suponen que los hábitos de estudio y conocimientos transmitidos en la escuela, se desaprovechan ante la elevada cantidad de horas que los jóvenes permanecen “conectados”. Ambas posturas, responden principalmente a una visión adultocéntrica, más que a un razonamiento sobre el significado que tiene la red en la vida cotidiana de la juventud actual.

A manera de reflexión, en este texto se expone una realidad y cuatro mitos vinculados a la relación que existe entre internet y los jóvenes; con ello no se pretende finiquitar el tema, ya que su discusión no está acabada, ni lo estará, por la propia dinámica que tienen la juventud y las tecnologías de la información y la comunicación. En este documento sólo se hacen algunos planteamientos sobre los jóvenes urbanos, tomando en cuenta que no son los únicos que emplean la red y que dentro de este grupo social, no todos requieren internet. De igual manera cabe señalar que, aunque se contempla la perspectiva de género, en el documento se emplea el genérico “jóvenes” que incluye a las mujeres y los hombres.

Estas reflexiones derivan de tres investigaciones realizadas con jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma de Nayarit (UAN). Dos de ellas fueron de tipo cualitativo, sobre el consumo mediático y el sentido crítico que tienen los jóvenes sobre los medios de comunicación masiva, y la transformación de los jóvenes de receptores a emisores (prosumidores) en internet. La tercera, de corte cuantitativo, se orientó al uso que dan los jóvenes al Facebook. A través de estas indagaciones se tuvo acceso a 150 jóvenes mediante tres técnicas: grupos de enfoque, entrevistas semiestructuradas y encuestas.

Aunque no es el propósito principal de este escrito, debido a la diversidad de visiones respecto a la juventud, se consideró pertinente exponer previamente la perspectiva general desde la cual se presenta el concepto en este documento.

Sobre los jóvenes y la juventud

El estudio de la juventud tiene diferentes vertientes: una basada en la psicología y la biología, que hace énfasis en la edad y las etapas de vida; otra pedagógica, que establece los fundamentos de la instrucción de los niños y jóvenes, y una más de corte social. Este trabajo toma la última postura, ya que las anteriores consideran el desarrollo de los jóvenes como homogéneo, desligado de los contextos históricos y culturales.

La juventud como sector social, surgió por factores económicos ligados a la expansión del sistema capitalista, la cual demandó una diversidad de necesidades de capacitación y escolarización de un mayor número de individuos para su integración al mercado laboral. En Occidente, el origen de la juventud data de finales del siglo XVIII. Surgió en la medida en que el desarrollo social exigió un periodo cada vez más largo de preparación de los individuos para su integración a la vida productiva; pero, dicha moratoria representaba un privilegio ya que no todos podían consagrarse a los estudios y posponer su desempeño como adulto.

Como puede observarse, esta visión considera a la productividad como uno de los ejes centrales de la sociedad, donde los jóvenes forman parte de un sector inmaduro, que debe prepararse para su integración al mundo laboral. Por ello, existe una estrecha relación entre juventud y escuela.

De acuerdo con esta idea, los jóvenes podían asegurar un trabajo e ingresos económicos una vez concluida su formación, con lo cual lograban su independencia y a la vez, su transición a la adultez. No obstante, esta concepción se desmoronó a partir de los cambios histórico-sociales del siglo XX; en particular, las crisis económicas incrementaron la demora de la integración de los jóvenes al mercado, así como del alcance de su seguridad y autonomía. Como consecuencia, comenzó un asincronismo de las etapas de ingreso a la edad adulta y muchas fases de maduración social son superadas más rápido que otras; por ejemplo, la autonomía íntima o privada se obtiene antes que la independencia material. Pero, parafraseando a Arango (2004), estos nuevos ritos no inauguran la verdadera madurez social sino que son períodos de latencia, de experimentación sin responsabilidad y libertad controlada.

Las transformaciones sociales llevaron además, a que en la definición de la juventud y lo juvenil interviniieran nuevos agentes que modificarían en forma sustancial la concepción sobre este sector. De acuerdo con Reguillo (2000), para la última década del siglo XX la juventud se hacía visible a través de las actividades económicas y productivas, el discurso jurídico y, sobre todo, la oferta y consumo cultural. De manera particular, las industrias culturales abrieron la posibilidad de inclusión de la diversidad juvenil y se instalaron como espacios constitutivos de las identidades juveniles. A mediados de los años cincuenta, se identificaba claramente una cultura juvenil que fue aprovechada por las economías de mercado para promover el consumo, no sólo de los jóvenes, sino también de niños y adultos, a través de la idea de una “juventud permanente”.

En este entorno, los medios de comunicación, sobre todo los audiovisuales, se han convertido en un factor esencial en la vida cotidiana de los jóvenes. De acuerdo a Morduchowicz (2008b), la vinculación de los jóvenes con la cultura audiovisual es trascendental por tres factores: porque los jóvenes son sus mayores usuarios, constituyen lugares desde los cuales los jóvenes se definen a sí mismos, y porque son decisivos en la configuración de la sociabilidad juvenil.

Los estudios sobre jóvenes y medios de comunicación

En el ámbito de la comunicación, el análisis de la relación entre jóvenes y medios se inserta dentro de los estudios de audiencias, los cuales se han desarrollado de manera general, desde dos grandes perspectivas teórico-metodológicas: las teorías de los efectos y los estudios culturales. Los primeros, indagan la influencia de los medios en el comportamiento o forma de pensar de los jóvenes, ya sea a corto o largo plazo, e indagan el nivel en que operan los efectos de los contenidos (cognitivo, actitudinal, emocional, fisiológico o conductual). Los estudios culturales en cambio, se orientan a comprender el sentido que tienen los medios y sus contenidos para la juventud, así como la manera en que se integran a la vida cotidiana; consideran a los jóvenes como audiencias activas, pero también reconocen la existencia de estructuras sociales que influyen en sus prácticas y preferencias mediáticas, así como en su forma de pensar sobre los medios como instituciones sociales.

Este trabajo se basa en la perspectiva de los estudios culturales, especialmente en las aportaciones correspondientes al análisis del consumo cultural. A principios de los noventa, Néstor García Canclini replanteó el concepto de consumo para separarlo de su racionalidad economicista y ubicarlo como escenario donde se desarrolla la reproducción social y diferenciación entre grupos; lo define como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García, 1995: 43).

Desde esta perspectiva, los procesos de consumo y apropiación de los medios y artefactos tecnológicos son complejos y están unidos a los entornos laborales, afectivos, formativos y recreativos, así como a los deseos, miedos y aspiraciones de los sujetos (Winocur, 2009). De ahí que no sean homogéneos y lleven implícito un universo de sentidos, que cambia de una cultura a otra, e incluso de un grupo social a otro (Winocur, 2002).

En el ámbito de la juventud, los primeros análisis empíricos sobre los jóvenes como audiencias, desde el enfoque del consumo cultural, surgieron a partir de la década de los noventa; como lo establece Reguillo (1993), a partir de entonces la orientación de las investigaciones pasa de los riesgos o el vandalismo, a las identidades culturales.

La revisión de las aportaciones teóricas, así como el trabajo de campo efectuado en las investigaciones con jóvenes estudiantes de la UAN, permitieron conformar las reflexiones indicadas: una realidad sobre los jóvenes e internet y algunos mitos en torno a ellos.

Realidad

Los jóvenes urbanos de hoy, han crecido cerca de un universo mediático: radio y televisión análoga y digital, control remoto, videojuegos, DVD, Ipods, reproductores de MP, celulares, tabletas electrónicas e internet; de ahí que autores como Néstor García (2004) y Roxana Morduchowicz (2008b), se refieren a ellos como la generación multimedia, no sólo por emplear una variedad de aparatos tecnológicos, sino también por hacerlo de manera simultánea.

En el caso de México, la mayoría de las actividades que realizan los jóvenes en su tiempo libre están vinculadas a los medios: ver televisión, escuchar música en diversos formatos y navegar en la red. De acuerdo con De Garay (2006), ellos invierten más tiempo en mirar la televisión, escuchar la radio y hacer uso de internet para la diversión, que el tiempo que emplean para estudiar, leer y hacer trabajos escolares fuera del aula.

Entre los recursos tecnológicos empleados, destaca internet. Las investigaciones de Winocur (2006), Morduchowicz (2008a y 2008b) y De Garay (2004, 2005, 2006, 2008), ponen en evidencia que internet constituye el medio más atractivo para los jóvenes, aun cuando muchos carecen de acceso en su casa.

La cercanía de la juventud con los medios, se confirmó en las investigaciones realizadas con los jóvenes de la UAN; la preferencia por internet radica en la variedad de actividades que pueden realizar: navegar en la *web*, buscar información de todo tipo, acceder a juegos o descargan música, videos y películas, intercambiar mensajes, publicar textos o imágenes, trasladarse a otras épocas y lugares e incluso, modificar su personalidad. Las posibilidades que encuentran en la red, son importantes especialmente para quienes tienen limitados recursos y opciones de desarrollo personal; la búsqueda de alternativas a través de internet puede ser tan relevante, que se establece una dependencia con el medio. Carecer de la red puede considerarse como una situación crítica: implica que están limitados en información, relegados en su grupo de amigos y compañeros e imposibilitados para hacer gran parte de sus labores diarias.

En menor o mayor grado, internet representa una manera de acercarse a la realidad y a otros individuos, y contribuye a crear una visión del mundo en que viven y de sí mismos; por ello, repercute en los procesos de conformación de las identidades juveniles urbanas. Sin embargo, habría que tener presente que no es el único aspecto que determina dichos procesos, sino que se combina con elementos de la cultura de masas como la televisión, videojuegos, música, películas, centros comerciales, ‘antros’ y modas, además de que intervienen también mediaciones como la familia, la escuela, los amigos y el trabajo, entre otras.

Los mitos

Mito 1. Todos los jóvenes usan internet de la misma manera

Este mito deriva de uno más amplio: que la juventud se vive de manera homogénea; por lo tanto, su participación en las diversas actividades que realizan, es igual. Esta concepción de la juventud, hace a un lado las condiciones sociales y culturales en que se desenvuelven, así como la edad, género y desarrollo personal. De hecho, no es posible hablar de una “juventud”, sino de la existencia de diversas formas de juventud, ya que los jóvenes viven distintas trayectorias y manifiestan discrepancias en sus actitudes, gustos, sentimientos, formas de ser y concebir la realidad.

En los estudios sobre la juventud, destacan conceptos como tribus, culturas y micro-sociedades juveniles, que hacen referencia a identidades que se construyen y manifiestan en tiempos y lugares diferentes (Arce, 2008). Por lo tanto, si los jóvenes son distintos, el uso que dan a internet también lo es; si en la sociedad se identifican *emos*,

hipsters, skatos, rastas, fresas, góticos, graffiteros y punks entre otros, en internet se pueden encontrar *youtubers, flickers, twitteros, facebookeros, blogers, streamers, gamers y tumblers*, por mencionar algunos grupos. Las diferencias en el uso de la red se vinculan tanto a los contexto sociales donde se desarrollan, como a las condiciones, intereses y necesidades individuales.

Dentro de los jóvenes urbanos, los estudiantes emplean la red con mayor frecuencia e interés. En las investigaciones realizadas con jóvenes de la UAN, se pudo observar la existencia de un imaginario que vincula a la educación superior con las tecnologías, sobre todo la computadora e internet; de manera que, la imagen de los universitarios de hoy incluye la portación de recursos tecnológicos de información y comunicación. Para muchos estudiantes, estar privados de acceso a internet implica estar desarmados o carecer de los elementos básicos para desempeñarse en su entorno diario; la red es una especie de llave que les asegura un lugar en el mundo juvenil, urbano y académico de este siglo.

Un factor que genera un uso diferenciado de internet entre los grupos juveniles, es el acceso que tienen a la red y las habilidades que poseen para manejarla. Los datos del INEGI indican que al 2011 existían cerca de 40 millones de usuarios de internet en México (el 22% de la población). La mayoría de ellos son jóvenes: el 47% se agrupa en el rango de los 12 a 24 años de edad, con una participación cercana entre mujeres (49.6%) y hombres (50.4%). Casi la mitad de los usuarios accede a internet desde sus hogares, mientras que el 37.4% recurre a sitios públicos de paga. Por tanto, el acceso a internet es menos desigual que la posesión del equipamiento tecnológico.

La bibliografía revisada permitió observar que la desigualdad en el acceso y uso de la tecnología es un reflejo de la desigualdad social; es decir, la brecha digital sólo es una manifestación de la brecha estructural de la sociedad. La tecnología, como herramienta, puede emplearse tanto para la emancipación como para la dominación y la exclusión, según el sistema social; en el caso de México la configuración estructural debilita las posibilidades de uso de la tecnología para la inclusión y, por el contrario, refuerza la exclusión. Para los jóvenes que, por su capital económico y/o cultural tienen menos posibilidades de emplear internet, representa otra forma de exclusión social.

Mito 2. Los jóvenes emplean internet sólo para entretenerte

El segundo mito está relacionado con la visión adultocéntrica de la juventud. Para la mayoría de los adultos, las largas horas que pasan los jóvenes en la red tiene como finalidad el entretenimiento, y por lo tanto, son una pérdida de tiempo. Sin embargo, el acercamiento a la vida de los jóvenes muestra otras dimensiones.

Las indagaciones con los jóvenes de la UAN, pusieron en evidencia que los jóvenes usan la red principalmente para tres fines: informarse, entretenerte y comunicarse; sin embargo, su empleo no sólo es una cuestión instrumental, sino simbólica: tam-

bién es un espacio de unión social, de libertad y de ejercicio de poder.

Internet es un espacio de unión social, ante la amenaza de la fragmentación de los vínculos sociales. Los jóvenes viven situaciones que limitan su convivencia social, como horarios académicos extendidos, tareas, actividades laborales, compromisos familiares o distancias geográficas. No se trata de un simple intercambio de mensajes, sino del soporte que los mantiene unidos a sus grupos de convivencia. Para muchos jóvenes, esto permite cubrir la necesidad emocional de sentirse integrados a un grupo y genera la ilusión de ser parte de un ente mayor, una comunidad formada por múltiples personas que se encuentran enlazadas entre sí a través de una cadena de “amigos”, como es el caso de las redes sociales: un amigo conoce a otro y así sucesivamente.

Por otra parte, internet es un espacio de libertad, de ejercicio de poder y afirmación de su autonomía, gracias a las posibilidades que ofrece para tomar decisiones y manipular los recursos disponibles. En comparación con otros medios, aquí los jóvenes disponen de mayores recursos y formatos, navegan por sitios donde pueden acceder a múltiples temas y puntos de vista e interactúan con diferentes personas y en los horarios que más les convengan. Ello implica tomar decisiones de lo que ven, escuchan y hacen, lo cual traducen como posibilidades de libertad de acción.

Además, la red les permite pasar con facilidad de espectadores a emisores. Los *blogs* y las redes sociales constituyen espacios desregularizados donde los jóvenes se insertan como emisores que gozan de autonomía y libertad sobre los contenidos y formatos de los mensajes. La creación de *blogs* y sitios *web*, responde a los gustos e intereses personales; pueden ser una especie de albergue donde vierten sus pensamientos y experiencias, controlan el acceso de sus visitantes y permiten o no la réplica. Estas posibilidades, se traducen en oportunidades de manipulación, ejercicio de poder y afirmación de la autonomía de los jóvenes aunque, como indica Winocur (2006), sean cuotas de poder limitadas.

La información recabada en las investigaciones, demostró que más allá de ser un simple instrumento de diversión, entretenimiento o pérdida de tiempo, las prácticas que los jóvenes realizan en internet les permiten configurar su identidad y generar nuevas formas de integración y socialización.

Mito 3. Internet aísla a los jóvenes

Esta idea surge por considerar a la computadora y las tecnologías de acceso a internet, como artefactos que propician la vida en solitario. Sin embargo, la red cambió la manera de actuar y pensar respecto a la comunicación interpersonal, debido a que amplía las vías para establecer relaciones sociales, tanto con personas conocidas como desconocidas en la vida real.

Las investigaciones de Winocur (2006 y 2009), muestran que los recursos de internet han hecho posible la eliminación de las distancias físicas, través del intercambio de

imágenes, sonidos y palabras, lo cual influye de manera decisiva en las relaciones personales. Gracias a ello, los jóvenes han generado nuevas formas de integración social y, lejos de aislarlos, la red es el soporte de su nueva sociabilidad.

Las experiencias comentadas por los jóvenes de la UAN, demuestran que dichas relaciones benefician la sociabilidad horizontal entre los jóvenes, a la vez que les permite construir una esfera de autonomía respecto de la familia. El contacto entre pares, se da en un espacio que se considera como libre para abordar temas que no podrían ser tratados en otras condiciones. La mediación electrónica, la ausencia de imagen física y la anulación de la dimensión corporal les permite a los jóvenes hablar de sí mismos con mayor autenticidad y evitar las limitaciones que pudieran surgir con sus pares o familiares.

De igual manera se encontró, que algunas prácticas de comunicación a través de internet se relacionan con la necesidad de mantener los lazos sociales con sus grupos de convivencia, principalmente sus amigos. Las dinámicas cotidianas (actividades académicas, laborales, personales y familiares) y las distancias geográficas, limitan la convivencia y propician la fragmentación de los vínculos sociales; por lo que, internet constituye una herramienta fundamental para mantenerse en contacto, sin importar la hora y el lugar.

No obstante la frecuencia de la comunicación virtual, los jóvenes prefieren ante todo, la comunicación y convivencia directa. El contacto a través de la red, es una oportunidad frente al escenario actual de rutinas agitadas, inconexas y fragmentadas.

Mito 4. Los jóvenes son sujetos pasivos

Para muchos adultos, las actividades que realizan los jóvenes en la red, poco tiene que ver con los problemas sociales y políticos que se viven en el país o con el ejercicio de la ciudadanía. Esta postura se vincula a una opinión extendida de manera general en la sociedad, que considera a los jóvenes actuales como apáticos o desinteresados, lo cual en cierta forma es real. De acuerdo la Encuesta Nacional de la Juventud (IMJUVE, 2010), la presencia de los jóvenes en los espacios públicos de participación es baja: cerca del 70%, nunca han participado en alguna asociación u organización, y tienen poco interés por los asuntos de carácter político. Sin embargo, habría que hacer algunas acotaciones al respecto.

Por una parte, estas cifras responden al desencanto que los jóvenes tienen hacia las instituciones políticas tradicionales como los partidos y sindicatos, y a las carencias económicas que los obligan a tener como meta la incorporación al mercado laboral, relegando su participación en otros ámbitos, como la política. Por otra, la acción política de la juventud actual se presenta en formas diferentes a las de décadas pasadas, debido a que tienen nuevas demandas y otros recursos tecnológicos para expresarse. A diferencia de los movimientos sociales clásicos que pugnaban por la redistribución del poder y por un nuevo orden socioeconómico y político, las manifestaciones de

las últimos años están asociadas en mayor medida a colectivos culturales y acciones orientadas a atender la estética, los sentimientos, los valores, lo cotidiano y cercano. En muchos casos, son temas considerados anteriormente de interés privado que ahora se trasladan al ámbito público.

En mayor o menor grado, los movimientos sociales actuales utilizan las tecnologías de comunicación como parte de sus instrumentos de lucha. Carles Fexia, Inês Pereira y Jeffrey Juris (2006), identifican la existencia de nuevas formas de participación política de los jóvenes a las cuales denominan como novísimos movimientos sociales (*“New, New” social movements*), que están vinculados a la aparición de nuevas formas de activismo colectivo en una era de redes globales y ciberculturas juveniles, dando lugar a nuevos actores sociales. El empleo de la red, permite la formación y desarrollo de movilizaciones que se caracterizan por su heterogeneidad, descentralización y estructura no jerárquica, y que permiten la conexión redes sociales reales y virtuales. Las indagaciones realizadas con jóvenes de la UAN, mostraron que el empleo de internet les permite la difusión de contenidos audiovisuales que responden a múltiples propósitos y diferentes alcances: videos artísticos, documentales sobre problemáticas sociales, imágenes para promover actividades culturales y ecológicas, audios con propuestas musicales alternativas, e incluso, participan en nuevos tipos de expresiones como los memes. Por ello, internet representa una herramienta sustancial para convertirse en prosumidores (acrónimo de productor y consumidor), expresarse públicamente y hacerse visibles en la sociedad.

De acuerdo con las declaraciones de los jóvenes de la UAN, entre los temas que los llevan a ser prosumidores se encuentran la conservación del medio ambiente, el acceso a la educación superior, el desempleo, la equidad de género, la marginación de comunidades indígenas y los derechos de las minorías, y su manifestación, adquiere una connotación más amplia al relacionar los aspectos civiles y sociales. Esto refleja que los jóvenes no son desinteresados, apáticos o pasivos, sino que dirigen sus acciones de acuerdo al ámbito que les afecta. Como señala José Antonio Pérez (2003), ahora los jóvenes se adscriben a múltiples identidades que les permiten construir ciudadanías culturales que van más allá de lo político.

Comentarios finales

La juventud es una imagen construida de manera social de acuerdo a los contextos de tiempo y lugar; dicha imagen, define las características de los jóvenes, de los límites y posibilidades de sus prácticas y de su deber ser como miembros de comunidades específicas.

Las prácticas culturales de la juventud, se van configurando a partir de los elementos que la sociedad privilegia; el empleo de la tecnología, especialmente de internet, tiende a considerarse como prioritaria para el desarrollo de este grupo social y se ha establecido como una práctica hegemónica.

En las ciencias sociales, habría que considerar estas condiciones a manera de escenarios y de puntos de

partida para la reflexión e investigación: es conveniente analizar el papel que juega el uso de internet en el contexto social de los jóvenes y en la construcción de sus subjetividades. Y a la vez, observar desde qué posturas se realizan dichas indagaciones. No se puede dejar de lado que la juventud también es resultado de un conjunto de teorías que crea y delimita a la propia juventud.

Bibliografía

- Arango, Luz. 2004. *Jóvenes en la universidad*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Arce, Tania. 2008. Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista argentina de sociología*. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1669-32482008000200013&script=sci_arttext (20 de enero de 2013).
- De Garay, Adrián. 2004. *Integración de los jóvenes en el sistema universitario: prácticas sociales, académicas y de consumo cultural*. México: Pomares-Corredor S.A.
- 2005. *En el camino de la Universidad*. México: UAM Atzcapotzalco.
- 2006. *Los contextos de aprendizaje de los jóvenes universitarios mexicanos* http://descartes.upc.es/cidui_2006/pujades/comunicaciones_completas/doc251.doc (10 de diciembre de 2008).
- 2008. Los jóvenes universitarios mexicanos: ¿son todos iguales?, En *Jóvenes universitarios en Latinoamérica, hoy*, coordinado por María Suárez y José Pérez. México: Porrúa/UNAM. México. pp. 205-222.
- Fexia, Carles; Inês Pereira y Jeffrey Juris. 2006. Global citizenship and the 'New, New' social movements: Iberian connections. *Young*. <http://you.sagepub.com/content/17/4/421.abstract> (9 de septiembre de 2013)
- García, Néstor. 2004. *Diferentes, desiguales y desconectados*. Argentina: Gedisa.
- 1995. *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
- IMJUVE. 2010. *Encuesta Nacional de la Juventud*. http://www.imjuventud.gob.mx/pagina.php?pag_id=137. (20 de agosto de 2013).
- INEGI. 2011. *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2011.pdf. (11 de junio de 2013).
- Morduchowicz, Roxana. 2008a. *Generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Argentina: Paidós.
- 2008b. La relación de los jóvenes y las pantallas. En *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*, compilado por Roxana Morduchowicz, pp. 47-68. Argentina: Gedisa.
- Pérez, José. 2003. 10 mitos y realidades sobre la participación juvenil. *Trabajo Social*. <http://www.cesu.unam.mx/iresie/Revistas/REVISTAS/MX/TRASOC/2003/N7A2003/MX.TRASOC.2003.N7.P16-23.PDF> (15 de octubre de 2013)
- Reguillo, Rossana. 2000. *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.
- 1993. Las tribus juveniles en tiempos de modernidad. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. (15): 171-184.
- Winocur, Rosalía. 2009. *Robinson Crusoe ya tiene celular*. México: Siglo XXI/Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- 2006. Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista mexicana de sociología*. (68): 551-580.
- 2002. *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. España: Gedisa.