

## NUEVAS GENERACIONES Y NUEVAS PANTALLAS NEW GENERATIONS AND NEW SCREENS

Patricia Vilchis Esquivel, Verónica Vilchis Esquivel  
Correspondencia: [pvilchise@uaemex.mx](mailto:pvilchise@uaemex.mx)

### RESUMEN

Las telecomunicaciones han sufrido importantes cambios en los últimos años. El avance tecnológico permea relaciones, funciones y tareas, entre otras, producto de ello, han ocurrido modificaciones en los estilos de vida. La forma en que nos relacionamos, aprendemos, nos comunicamos y participamos de contextos inmediatos y lejanos, dan cuenta del movimiento constante de la realidad tangible y la virtual.

Niños y jóvenes se extienden al futuro con nuevos intereses y nuevas herramientas. Migra su gusto por la televisión para adentrarse en el gran abanico de posibilidades que ofrece internet, a través de otras pantallas. Aprehenden y aprenden de formas distintas a décadas anteriores. En la actualidad el internet les brinda acceso a infinidad de información de un número incontable de tópicos. Sin duda los avances tecnológicos han alcanzado el proceso educativo desde diferentes ángulos, incluida la educación informal, con la que puede albergar la posibilidad de conformar grupos de receptores activos entre los que se promueva una cultura de paz.

**Palabras clave:** educación, pantallas, grupos interacción social

### Introducción

A finales de los años sesenta, se documenta una crisis internacional en política educativa, en algunas regiones del orbe, surgían rápidos cambios socioeconómicos y se avizoraba que algunos países parecían no avanzar a un ritmo que permitiera la ampliación de la educación tradicional. Se suma así al concepto de educación formal, el de educación no formal, y más tarde el de educación informal, que es el que nos ocupará.

La educación formal se refiere a la educación sistematizada, planeada y programada que se imparte en las aulas. La educación no formal es aquella que establece objetivos pero no es estructurada, no se evalúa, no se imparte en aulas. Por su parte, la educación informal, ocurre sin un propósito específico, no está estructurada ni se planea, no se evalúa y puede ocurrir en cualquier lugar y en cualquier momento.

En la actualidad, las viejas y las nuevas generaciones estamos expuestas a la revolución tecnológica que permea casi todas las áreas de nuestra vida. Apoyándonos en la historia de la televisión, importante medio de comunicación masiva que se popularizó hace poco más de seis décadas, podemos mencionar que como parte de las bondades que el medio de comunicación ofrecía, se contaba, entre sus funciones socializadoras, la de educar. Si bien es cierto que en los primeros años después de su surgimiento, no se le consideraba como un valioso apoyo para la enseñanza formal, fue por los setentas que comenzaron a advertirse las potencialidades de la televisión como medio didáctico. Surgieron entonces programas educativos para niños, como Plaza Sésamo y, más tarde, El libro del saber, también telenovelas con una trama que acompañaba un programa educativo para alfabetizar adultos, por ejemplo.

Más adelante, aparecieron canales educativos y hasta el sistema EDUSAT que cumplía con el propósito primordial de acercar la educación vía medios de comunicación, a quienes, por alguna razón, no tenían acceso a la ella, y contribuir así en disminución del rezago educativo en México y otros países latinoamericanos.

La televisión era la pantalla por excelencia, con los años, su popularidad llevó a las familias mexicanas a adquirir más de un televisor por hogar. Los horarios de programación se extendieron, los canales comenzaban más temprano y cerraban más tarde, al mismo tiempo la programación también se diversificaba, las categorizaciones se presentaban por horarios, así por ejemplo, los niños encontraban programas para su edad en horarios y canales específicos. Regular el consumo de televisivo en los más pequeños del hogar, era tarea de los padres, quienes tenían que repartir la tarde entre la tarea, alguna otra actividad extra escolar en algunos casos, y la televisión.

En los últimos años podemos dar cuenta de cambios innegables en cuanto a la práctica cotidiana de la interacción de niños, jóvenes y adultos con los nuevos medios de comunicación. Hoy por hoy, nos referimos no solo a la pantalla del televisor, sino a las muchas otras pantallas con las que interactuamos, con las que nos acercamos de maneras innovadoras a la realidad de la que somos parte.

Los dispositivos tecnológicos nos ofrecen un abanico de posibilidades que deja muy por detrás la oferta programática de la televisión. Ipods, Ipads, teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras, Nintendo SD, PCP, son ejemplos de la variedad tecnológica que nos acerca de manera distinta a las diferentes realidades que están a nuestro alcance.

Producto de la convivencia con niños y adolescentes advertimos una tendencia que parece afianzarse. La televisión pierde popularidad frente a las otras pantallas.

La información publicada sostiene que las dos grandes televisoras con señal abierta, que dominan el mercado, en los últimos meses, están operando con números rojos, según la Bolsa Mexicana de Valores, producto de la baja en sus ventas de publicidad y el crecimiento de su deuda. Aseguran que la televisión abierta ya no es lo redituable que antes era.

La tendencia de la que hablamos, es que niños y adolescentes, es decir, las nuevas generaciones, sienten mayor afinidad y, por ende, preferencia por otras pantallas. Las características de los nuevos dispositivos electrónicos les ofrecen ventajas que la televisión no posee. Tal situación nos llevó a realizar una investigación con la pretensión de afirmar o, en su caso, negar si las nuevas pantallas están sustituyendo a la televisión.

## **Objetivo**

Indagar si las nuevas pantallas están sustituyendo a la televisión.

## **Método**

### **Muestra**

Para la investigación, se elaboró un cuestionario con 16 preguntas divididas en dos rubros: televisión e internet. Seis preguntas refieren cada rubro.

El instrumento se aplicó a los dos únicos grupos de quinto grado de educación básica, de una reconocida escuela privada, ubicada en la ciudad de Toluca, Estado de México. La muestra se seleccionó por conveniencia. Participaron el total de alumnos inscritos en el grado escolar. En total suman 41 alumnos, de los cuales 27 son del sexo femenino, y 14 del sexo masculino. El rango de edades es de 10-11 años. Del total de estudiantes, 23 de ellos tienen 10 años de edad, y 18 tienen 11 años.

Los resultados de los cuestionarios se procesaron estadísticamente, lo que permitió obtener resultados precisos por reactivo.

Se puso en práctica la observación directa con informantes clave, y se realizaron entrevistas no estructuradas con los mismos informantes.

### **Análisis de resultados**

El 54% de los estudiantes, reportaron que tienen tres o más televisores en su hogar.

El 34% de estudiantes, dijeron que en sus casas veían la televisión con sus papás, y en contraparte, un solo alumno que representa el 2%, dijo que en su casa nadie veía la televisión.

Respecto a la pregunta ¿Ves TV todos los días? el 15% dijo que sí, el 24% señaló que no ve la televisión todos los días, y el 61% dijo que a veces.

El 32% de los estudiantes dijo que veía la televisión una hora en la tarde; 12% señaló ver la tv sólo 30 minutos en la tarde, y otro 12 % dijo mirarla, dos horas, el 44% se reparte en otros periodos.

La pregunta que define el cumplimiento del objetivo de la presente investigación, es ¿Prefieres ver la tv o navegar en internet?, al respecto, el 76% dijo que prefería navegar en internet, el 24% restante, prefiere la televisión.

Con relación al cuestionamiento de si en casa tienen contratado el servicio de internet, el 100% de la muestra, respondió afirmativamente.

Del total de alumnos, el 88% señaló que en su casa todos usan internet; 8% dijo que sus papás y él/ella, pero no sus hermanos; 2% dijo que sólo sus papás; y el 2% restante, dijo que sólo él/ella y sus hermanos, mientras que sus papás no usan internet.

Con relación a si usan internet todos los días, las respuestas están divididas casi por la mitad, 52% dijeron que no, mientras que el 48% restante dijo usar internet todos los días.

El 78% de los estudiantes dijeron usar internet por la tarde, y es razonable dado que el turno al que asisten el escuela es matutino. El 22% usan internet en la tarde y la noche.

Los estudiantes reportan que lo que prefieren ver por internet, son videos en youtube, lo que representa el 61% del total. Sólo el 10% mencionaron las redes sociales como lo que les gusta ver por internet. El 29% restante señalan otras opciones.

La percepción que se tenía a partir de la investigación, era de la preferencia de los estudiantes por mirar videos en youtube, misma que se confirma con el dato anterior. Al preguntar si les gustaban los “youtubers” o “videobloggers”, que son conductores de un video en el que se abordan gran variedad de tópicos del interés de los adolescentes, como consejos sobre relaciones personales, bromas, tutoriales, anécdotas, historias, retos, chismes, entre muchos otros, el 42% de ellos, respondió que les gusta algo; el 20% dijeron que le gustan mucho; el 10% dijeron bastante; el 12% dijeron que poco; mientras que el 16% aseguraron que no les gustan nada. La youtuber preferida es Yuya.

Respecto a la pregunta ¿Por qué te gusta más internet que la televisión? Las respuestas se distribuyeron en las siguientes:

- porque puedes llevar el celular y el ipad, principalmente, a cualquier lado, lo que no pasa con la televisión,
- porque ves lo que quieres en el momento que quieres,
- porque hay temas que no se abordan en la televisión,
- porque hay mayor variedad de programas.

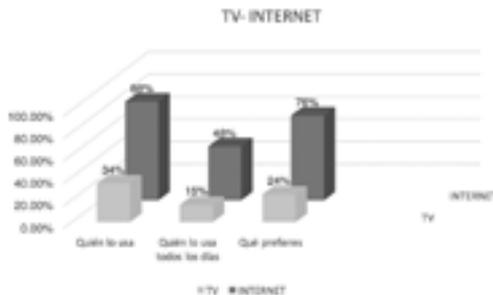
Es conveniente aclarar que un youtuber es una persona que produce sus propios videos, a veces caseros, en los que muestra alguna actividad interesante para el público al que va dirigido, no se trata de comunicadores profesionales, sino de gente que se anima a grabar videos sencillos en los que presentan una gran variedad de temas genuina naturalidad. Fórmula que les ha dado éxito, pues el aumento de su audiencia es considerable.

Los alumnos que participan en esta investigación, señalan que algunos de sus youtubers preferidos son: Yuya, la más popular, Vegetta 777, Polinesios, Soy Germán, GTG, entre otros.

### Conclusiones

La siguiente tabla muestra con claridad la preferencia en el uso del internet por encima de la televisión, hay una marcada preferencia entre los estudiantes y sus familias por las posibilidades comunicativas que ofrece el internet.

	TV	INTERNET
Quién lo usa	34%	88%
Quién lo usa todos los días	15%	48%
Qué prefieres	24%	76%



En términos generales podemos decir, que con base en la presente investigación, el internet está desplazando a la televisión, no sólo por sus contenidos sino también por las ventajas de portabilidad, de sintonía y de selección que puede hacerse respecto a la programación, ya que pueden elegir ver casi cualquier programa de televisión, vía internet, aunque haya sido transmitido años atrás, el lugar y el momento, ellos lo eligen.

La tendencia que se inclina a preferir ver videos de youtube, ofrece una posibilidad poco o nada explorada. Si bien es cierto que al inicio de esta

disertación hablamos de la educación informal y de cómo ésta, sin un propósito declarado, participa en el binomio enseñanza-aprendizaje, en la observación directa y en las entrevistas, advertimos que los estudiantes gustan de la información que reciben de los videobloggers, ya que no todos son programas para seguir un videojuego, la broma que se hace a alguna(s) persona(s), o los chismes de la farándula, pues hay youtubers que hablan de sus experiencias de vida y ofrecen consejos, puntos de vista, que pretenden hacer reflexionar a su audiencia sobre un tema en particular, por ejemplo, la colombiana, Juana Martínez, que aborda temas como: “Cuándo empezó ser tan difícil ser feliz”, “No todo es color de rosa”, “Autoestima”, “Gente rara”, “El colegio”, etc; el salvadoreño, GTG, con contenidos como “Cómo soñar en grande”, “Si este año fuera tu último”, “Dios no te necesita”, “Dama que se respeta”; o el colombiano, Juan Pablo Jaramillo, que toca tópicos como “Peleas de novios”, “Orgullosamente homosexual”, “Tipos de miradas”, “Cinco tipos de niñas en facebook”, entre otros.

Evidencia de la eficacia de este proceso informal educativo, es la creación de neologismos que a partir del avance tecnológico, se incorporan cada día a nuestro lenguaje, signos lingüísticos tales como: selfie, videoblogg, stalkear, whatsapp, youtuber, twittear, retwittear, facebookear, postear, taggear, etc., mismos que niños y adolescentes emplean con la naturalidad del lenguaje cotidiano.

Los conductores han saltado a la fama de manera vertiginosa, niños y adolescentes los ovacionan cuando los encuentran en alguna parte, como se hace con actores y cantantes que obtuvieron fama a partir de sus presentaciones televisivas.

Aunque como diría Juana Martínez, no todo es color de rosa, es posible que pudieran lanzarse a la realidad virtual youtubers que hablaran sobre valores y principios que coadyuvaran en la educación de niños y adolescentes, a través de videos frescos y espontáneos, y contribuir así, mediante grupos de interacción social, en la potenciación de receptores activos de una cultura de paz. Sin embargo, quizá sembremos expectativas del internet similares a las que se plantearon a partir de la televisión.

Conscientes de que no es una tarea sencilla, habría que analizar las ventajas que ofrece la conformación de grupos de interacción que se gestan a partir del denominador común que es la preferencia por mirar videos en youtube.

### **Notas**

Youtuber y videoblogger se usan como sinónimos.

En internet, se puede encontrar el neologismo “videoblogger” escrito como “videovlogger”.

### **Referencias**

Recuperado el 01 de julio de 2015, de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n36/achavez.html>

Recuperado el 01 de julio de 2015, de:  
<http://www.sinembargo.mx/08-07-2015/1406317>

Recuperado el 13 de julio de 2015, de:  
<http://computerhoy.com/noticias/internet/youtuber-profesion-que-gana-mucho-dinero-8135>

Envío a dictamen: 12 de Abril de 2016

Reenvío: 5 de Mayo de 2016

Aprobación: 2 de Junio de 2016