

Los jóvenes, el uso y abuso de la lectoescritura en dispositivos móviles

Ricardo Acosta Díaz
Ma. Guadalupe Chávez Méndez
Juan José Contreras Castillo
Antonio Ordaz Carrillo
Miguel Ángel García Ruiz

Introducción

Son muy pocas las personas que leen sus libros electrónicos en *e-readers*. La mayoría de los usuarios que actualmente descargan libros electrónicos de pago o gratuitos en la red leen sus contenidos en dispositivos portátiles. Como sabemos, leer en la pantalla de una computadora es mucho más incómodo que hacerlo en un *e-reader*, que cuenta con tinta electrónica; pero la mayoría de la gente no está dispuesta a gastar entre 6,000 y 12,000 pesos en un nuevo dispositivo electrónico para leer un simple documento PDF o cualquier versión electrónica de un libro.

Todavía no se puede predecir con exactitud qué tipo de dispositivos prefieren los usuarios para sus lecturas en formato digital, aún más cuando a diario llegan noticias de nuevos soportes. Los nuevos hábitos de lectura obligan a las editoriales a estar alerta de todas las tendencias para poder hacer llegar sus títulos a un mayor número de lectores, además, existe la cantidad suficiente de opciones de lectura y aparatos.

Lo anterior nos permite deducir que además de los métodos tradicionales para apoyar la comprensión de lectura y fomentar la lectura en general, las tecnologías de información y comunicación (TIC) proveen una excelente plataforma para apoyar la lectoescritura, utilizando el hipertexto y la tecnología multimedia de las páginas web, en las cuales los estudiantes pueden leer un texto no lineal, rico en información de soporte como imágenes, video y sonido, con el fin de lograr la comprensión lectora bajo este tipo de tecnología.

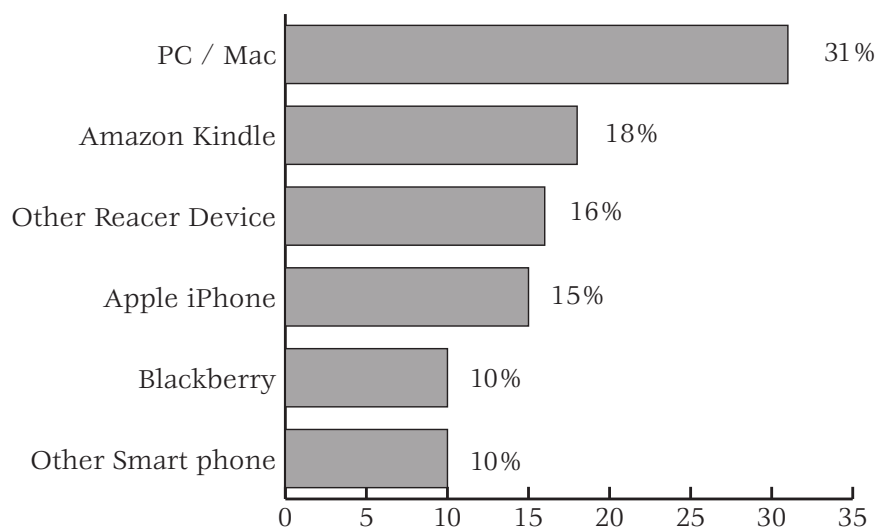
Sin embargo, debemos vigilar que los jóvenes no caigan en la llamada “tecnoadicción”, aquella patología motivada por la dependencia hacia un determinado dispositivo o servicio tecnológico; en especial se habla de la adicción a internet (*internet addiction disorder*), a la telefonía móvil o a los videojuegos (ludopatía), las cuales se consideran adicciones comportamentales. Por lo anterior, nuestro interés en el presente texto radica en presentar un panorama general sobre la situación de los jóvenes en relación con las tendencias del uso y abuso de la lectoescritura en dispositivos móviles.

Tendencias y hábitos en la lectura digital

Como bien se ha mencionado, aún no se sabe con exactitud qué tipo de dispositivos prefieren los lectores; por ahora, parece que la mayoría de fabricantes, plataformas y editores han adoptado el formato *ePub*, pues se adecua más a sus necesidades. Mediante la adopción de formatos estándar, los editores pueden dedicar menos tiempo a preocuparse por la compatibilidad del hardware y concentrarse en su negocio principal: la producción de contenidos.

Gráfica 1

Tendencias sobre el uso de dispositivos para la lectura de *e-books*



Fuente: <http://www.aptaracorp.com/index.php?q4-devicesupport.html>

Como puede observarse en la gráfica 1, en un reciente estudio (Aptara, 2009) el reparto de lectura de libros electrónicos en pantallas no está del todo definido: aproximadamente un tercio de los libros son para PC, otro tercio están disponibles para *e-readers* y otro tercio en móviles. Este estudio es sólo uno de los muchos que demuestran que los hábitos de lectura están cambiando, y que la lectura de *e-books* no se limita a dispositivos específicos (*e-readers*), pues por el momento, el potencial del mercado está en las PC (netbooks, portátiles, etcétera) y en nuevos dispositivos móviles inteligentes (tabletas, iPhones, etcétera).

Demanda de libros y medios para leer

Muy pocos usuarios leen sus libros electrónicos en *e-readers*, pues la mayoría prefiere utilizar sus dispositivos portátiles. Sin embargo, leer en una computadora es mucho más incómodo que hacerlo en un *e-reader*, ya que éste cuenta con tinta electrónica, pero, dado a sus altos precios, la mayoría de los lectores no están dispuestos a comprar uno. Incluso en Estados Unidos, donde las editoriales

universitarias llevan ya algunos años ofreciendo sus libros de texto en diferentes formatos digitales, la mayoría de los estudiantes y docentes los leen en las pantallas de dispositivos portátiles, mas no en *e-readers*.

Por su parte, el mercado mexicano está saturado de computadoras de escritorio y portátiles, y últimamente se ha visto inundado con los nuevos *netbooks* —algunos por debajo de \$4,500 pesos— que son como pequeños *e-readers*, pero sin tinta electrónica. La principal razón es que los usuarios prefieren un aparato que sirva para más cosas (por ejemplo, buscar en la red, ver vídeos, escuchar música, etcétera). En otras palabras, el sector editorial no debe ignorar que existen suficientes dispositivos (PC, portátiles, móviles, *e-books*, etcétera) en el mercado para leer, aunque con más o menos comodidad, cualquier tipo de libros electrónicos.

Dispositivos móviles vs. *e-readers*

Algunas posturas señalan que “la llegada de la telefonía móvil inteligente al ámbito de la lectura ha creado debates sobre cuál de los dispositivos tiene mejores atributos como herramienta de lectura portátil”; al respecto, la tendencia a tener en cuenta a partir de los nuevos hábitos de lectura es “integrar todas las funciones posibles en un solo aparato”.¹

Imagen 1

E-readers versus dispositivos móviles



Fuente: <http://www.comunicacion-cultural.com/archivos/kindle-iphone-header.jpg>

¹ Información completa disponible en: <http://www.comunicacion-cultural.com/2010/01/27/lectura-dispositivos-moviles-frente-ereaders/>

Si bien por un lado la pantalla de un iPhone es muy pequeña como para leer un libro cómodamente, por otra parte, existen actualmente otros argumentos a favor de los teléfonos móviles como nuevas herramientas de lectura, por ejemplo su portabilidad, la interconexión, precio, o la inmediatez.

Pero a su vez, existe todavía “un argumento más importante a tener en cuenta por el sector editorial a la hora de planificar los planes y catálogos para sus formatos digitales”,² el cual proviene de observaciones de mercado recientes:

[...] los *e-readers* atienden a las necesidades de lectura de los lectores actuales, es decir, a un público cuyo interés específico es leer, y hacerlo en estos aparatos. Sin embargo, [los dispositivos] móviles se dirigen a un público que no necesariamente es [un] lector habitual. La idea, en definitiva, es que las editoriales puedan ver en la telefonía móvil un importante potencial de crecimiento y desarrollo para alcanzar un número mayor de lectores.³

Lectura en teléfonos móviles

Existe una tendencia cada vez mayor hacia la lectura en teléfonos móviles como el iPhone o Blackberry. Para algunos lectores los teléfonos celulares, a pesar de su pequeño tamaño, son preferibles a los *e-readers*, pues ofrecen la posibilidad de tener en un solo dispositivo el teléfono, la agenda, conexión a internet y redes, correo electrónico, juegos, video, música, biblioteca, entre otras funciones. Para este tipo de usuarios, incluso el dispositivo Kindle les resulta grande y aparatoso.

Sin embargo, no todos opinan de la misma manera, y todavía hay quienes siguen prefiriendo el Kindle o cualquier otro lector. De mayor tamaño, aunque con una sola aplicación, para algunas personas el Kindle se ha convertido, frente a los móviles, en el nuevo “libro de papel”, en especial para los amantes de la lectura, afirma Ian Freed, vicepresidente de la división de Kindle para Amazon. Freed añade que a pesar del creciente interés y las re-

² *Ídem.*

³ *Ídem.*

cientes aplicaciones para leer con mayor comodidad en el iPhone, las ventas de su dispositivo no han disminuido.

Imagen 2
Comparación del Kindle *versus* el iPhone



Fuente: http://www.comunicacion-cultural.com/archivos/kindle_vs_iphone.jpg

Hay elecciones y gustos de todo tipo. A últimas fechas existe una gran diversidad en cuanto a soportes digitales exclusivamente para lectura. Mientras tanto, Barnes & Noble y el propio Amazon han actualizado su software para que podamos leer sus libros tanto en computadora como en iPhone o BlackBerry, a la vez que se aplica el modelo de negocio iTunes para la venta libros. Lo cierto es que vamos a seguir leyendo en cualquier soporte, aunque existe cierta tendencia lógica a pensar que un dispositivo multifuncional termine por gustar más a los usuarios.

iPhone y Blackberry crean nuevos hábitos de lectura

Según el *New York Times* (Lohr, 2009) a pesar de la crisis, las ventas del iPhone y de la Blackberry siguen en aumento, a la vez que se prevé una caída de ventas de teléfonos móviles. Estos dispositivos cumplen con las dos exigencias sociales más demandadas hoy en día: el aquí y el ahora, así como el rápido acceso a todos los contenidos, correo e información necesaria y la conexión permanente que permite estar presente en todo momento; por eso, no son sólo los aparatos, sino también una gran cantidad de aplicaciones y software que crecen con ellos: Apple, RIM, Nokia, Microsoft, Google, entre otros.

El sector editorial y el de los medios de comunicación se han dado cuenta enseguida de la importancia que están cobrando estos soportes. Ya con la telefonía móvil, editoriales como Simon & Schuster, Random House y MacMillan, entre otras, comercializaban sus contenidos para los soportes móviles, pues han pasado a emplear el iPhone y comercializan ya títulos clásicos. Además, recientemente han puesto a disposición de sus lectores todo su catálogo electrónico para este mismo dispositivo.

Tal es el caso de Harper Collins, que llegó a un acuerdo de colaboración con Apple para ofrecer diez mil títulos de su fondo a través de este soporte. El mismo Google también está intentando adaptar su herramienta *Google book search*, y ya se pueden hacer búsquedas para el iPhone o el Android. Y Amazon también ha tenido que “rendirse” e ir actualizando aplicaciones del Kindle para el iPhone que permitan una mayor funcionalidad.

Está claro que han cambiado los medios de acceder a cualquier tipo de contenido como la prensa escrita, revistas, y por supuesto los libros, sin excluir otras vías de distribución, las cuales no son la excepción. Esto, irremediablemente, conlleva nuevos hábitos de lectura, según Neelan Choski, director del marketing y gestión estratégica empresarial de Lexcycle, creadores del Stanza, lector para iPhones y otros formatos, quien siempre ha aconsejado a los editores un análisis detenido de sus estrategias comerciales al digitalizar sus fondos sin que, por supuesto, se olviden del iPhone.

Donde más se ven registrados los nuevos hábitos de lectura es en los medios de comunicación impresos, pues la necesidad de información continua hace más evidentes estos cambios, cada vez más rápidos. El acceso a la información en estos casos es más funcional y directo, por tanto, la rapidez y exigencia que han cambiado los hábitos de lectura “al momento” han hecho de estos soportes la ventana ideal. Medios como *El Universal*, *Wikipedia*, *Wall Street Journal* y *New York Times*, entre otros, ya tienen aplicaciones para iPhone. Con todos estos ejemplos, nadie puede dudar cuál va a ser —o está siendo— la principal entrada de contenidos, así como de conocimiento.

El uso de dispositivos móviles entre los jóvenes

Un estudio realizado en Estados Unidos (Kaiser, 2009) ha puesto de relieve que existe un gran aumento en el tiempo que los jóvenes dedican a los medios electrónicos de entretenimiento. Chicos entre ocho y dieciocho años pasan alrededor de siete horas con 38 minutos al día (más de 53 horas a la semana) utilizando este tipo de aparatos, y buena parte del tiempo realizan multitareas mediáticas (usar más de un medio al mismo tiempo). Ese lapso equivale a 10 horas 45 minutos de consumo mediático total. Este cálculo no incluye la hora y media diaria que pasan enviando mensajes o la media hora que hablan por teléfono.

Imagen 3



Fuente: <http://www.dosdoce.com/continguts/imatges/articulosOpinion/imagePot/ebooksvarios.jpg>

Según el estudio, los adolescentes y preadolescentes estadounidenses utilizan gran parte del día (excepto quizá en la escuela) un *smartphone*, computadora, televisión o algún otro dispositivo electrónico. Los resultados presentaron un imprevisto aumento desde la anterior edición (1 hora y 17 minutos más con respecto al estudio del 2004).

Se achaca este incremento a la mayor disponibilidad de elementos portátiles como iPods o smartphones; incluso, el mismo estudio refleja que los jóvenes pasan más tiempo escuchando música, jugando o viendo videos en sus móviles que hablando por ellos; mientras que el 66% posee su propio teléfono celular (en 2004 era sólo el 39%).

Es significativo el descubrimiento que el estudio hace de la conexión entre un elevado uso de estos medios con los problemas de conducta o rendimiento escolar. El 47% de los usuarios que pasaban 16 horas o más al día conectados a estos dispositivos, tenían notas bajas. También muestran más tendencia a sentirse aburridos, tristes o a meterse en problemas, llevarse mal con sus padres o a que no les guste la escuela. Algo que el estudio no explica es si son los medios electrónicos los que causan esos problemas o si, más bien, son los jóvenes con problemas los que acaban usando más esos medios.⁴

Dicho estudio, llamado “Generación M2: Los medios en las vidas de los jóvenes entre 8 y 18 años” (Kaiser, 2009) es el tercero que se realiza en EEUU y es uno de los más completos que se publican sobre el uso que de los medios hace la juventud en aquel país, producto de una encuesta a más de dos mil estudiantes realizada entre octubre de 2008 y mayo de 2009.

Entre los resultados encontramos que el uso promedio de los jóvenes incluía: 4.5 horas de televisión al día, 2.5 de música, 1.5 horas de computadora, 1.25 horas de videojuegos, aproximadamente 0.5 horas imprimiendo cosas y 0.25 viendo películas. Las actividades puramente *online* incluyen las redes sociales con 22 mi-

⁴ Información disponible en: <http://adiccion-movil-celular.blogspot.mx/2010/01/aumenta-el-uso-de-dispositivos-moviles.html>

nutos al día (un gran porcentaje de adolescentes cuentan con perfil en redes sociales), juegos *online* 17 minutos, vídeos *online* 15 minutos, así como periódicos o revistas *online* dos minutos. Los jóvenes estadounidenses que más tiempo pasan con estos medios son los de origen afroamericano o hispanoamericano, y oscilan entre los 11 y 14 años.

Se reconoce que este estudio ha quedado desfasado en ciertos aspectos, pues cuando los autores realizaron las encuestas el uso de Twitter —uno de los más comunes actualmente— aún no era tan frecuente. Además indican “que los avances tecnológicos facilitan un consumo cada vez mayor de este tipo de medios, lo cual obliga a los investigadores sociales, a las administraciones y a los progenitores a estar al tanto del impacto que dichas tecnologías suponen para la vida de los menores”.⁵

Mientras tanto, un estudio por parte de investigadores británicos revela que:

[...] los jóvenes de la llamada “Generación del Pulgar” (entre 13 y 30 años, que han crecido usando móviles y consolas) pagarían cualquier precio por conectarse a Internet a través de su teléfono móvil. Según el estudio, esto se debe a que no se preocupan por el precio de algo que va íntimamente ligado a su vida cotidiana. Esta generación es experta en nuevas tecnologías y las usan sobre todo para comunicarse. Además, el estudio asegura que la usabilidad de los dispositivos móviles (pantallas grandes y cada vez más resolución) y la velocidad de descarga de datos animan a estos usuarios a conectarse desde su celular. (Morales, 2009)

Tecnoadicciones: El uso y abuso

Jorge Flores, coordinador de *PantallasAmigas* —iniciativa para promover una relación saludable con las tecnologías de la información y la comunicación en la infancia—, asegura que no puede establecerse una diferencia clara entre uso adecuado y abuso de las

⁵ Información disponible en: <http://adiccion-movil-celular.blogspot.mx/2010/01/aumenta-el-uso-de-dispositivos-moviles.html>

TIC, puesto que no existen parámetros, lo cual es una dificultad para las familias y, a la vez, para la detección y tratamiento de la cuestión. Por ejemplo, en el caso de internet, se habla de una actividad que incluye ocio, diversión y tareas escolares.

Un abuso es un uso más allá de lo razonable, pero lo razonable no está definido y en todo caso, evoluciona de forma permanente. Pero más allá del abuso está la dependencia, donde es posible identificar síntomas de adicción, como en cualquier otra patología de este tipo. El punto de referencia es que la vida personal se ve claramente perjudicada por la permanente necesidad de uso de la red.

Se conoce como “tecnoadicción” aquella patología motivada por la dependencia de un determinado dispositivo o servicio tecnológico y en especial se habla de adicción a internet (*Internet Addiction Disorder*) a la telefonía móvil o a los videojuegos. Se trata de adicciones comportamentales, como puede ser la ludopatía, la adicción al juego, al trabajo, a las compras...

Respecto a cuánta gente la padece, el asunto no está claro. Hay algunos estudios, pero son parciales (unos hablan de videojuegos, otros de móviles) y corresponden a realidades diferentes (bien a una franja de edad, bien a un país o localización determinada).⁶

Los cinco aspectos más importantes en este campo, considerando que es un fenómeno en fuerte crecimiento, son:

Posturas diversas: [...] hay cierto debate en la comunidad científica a la hora de determinar si, por ejemplo, la adicción a internet es una enfermedad en sentido estricto. No aparece en determinados “censos” pero no cabe duda de que es un problema de salud pública. Como ejemplos, [se puede] mencionar que jóvenes finlandeses han sido eximidos de cumplir la totalidad del servicio militar alegando “adicción a la Red” o que ya desde hace ya varios años comunidades terapéuticas en España están tratando personas con estos problemas.

⁶ Información disponible en: <http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/tecnoadicciones-ciberadiccion.shtm>

Falta de concreción: en ocasiones se alude a un problema de adicción a internet cuando en realidad es una cuestión de adicción a los videojuegos [...] online. La confluencia de servicios y canales de acceso no favorece su correcta percepción.

Inexistencia de referentes: no es fácil determinar los límites entre uso intensivo, abusivo y adictivo. Son elementos de uso cotidiano y, además, no hay parámetros de contexto —“sabiduría popular”— para determinar cuándo un comportamiento empieza a presentar síntomas patológicos al salirse de “la norma general”. De igual manera, no existen protocolos médicos específicos ni para su detección ni para su tratamiento, puesto que no hay estudios sobre población clínica.

Comorbilidad: en ocasiones se tiende a demonizar estas pantallas que nosotros consideramos, en esencia, “amigas”. La realidad es que las personas que desarrollan este tipo de adicciones suelen presentar comorbilidad, padeciendo a la vez otro tipo de trastornos que, de alguna manera, indican que el elemento tecnológico ha actuado como desencadenante o catalizador, pero que no ha sido el culpable de la patología. Como simboliza el especialista Dr. De la Gándara, autor de la monografía “Adicciones Tecnolúdicas” (2008, Editorial Adalia), se trata de “cerebros adictógenos”.

Colectivos: los datos parecen indicar que hay una incidencia notable entre los adolescentes, pero también es cierto que hay muchos adultos con serios problemas de adicción a la Red. Ahora bien, los menores se encuentran por primera vez cada día con un elemento capaz de “desatar” su dependencia. Sin acceso a las drogas, al juego, al sexo, a las compras ahora sí puede engancharse a un elemento al que tiene acceso cotidiano y que es aceptado socialmente.⁷

⁷ Información disponible en: <http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/tecnoadicciones-ciberadiccion.shtm>

Conclusiones y recomendaciones

Uno de los grandes problemas de la educación en México es que la población en general lee muy poco. En el país existe un número muy bajo de lectores asiduos, ocasionado principalmente por la falta de hábitos y mecanismos adecuados de fomento a la lectura, así como por la falta de recursos económicos para adquirir libros. Según estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el 91 % de la población de Japón tiene cultivado el hábito de lectura, mientras que México apenas llega al 2%.

De acuerdo a cifras de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), México ocupa el penúltimo lugar de 108 países en hábitos de lectura. El bajo número de obras literarias leídas es más palpable en ciudades pequeñas y medianas, y en las zonas rurales de México (Chávez, 2002; Gutiérrez y Montes de Oca, 2004).

Además de los métodos tradicionales para apoyar la comprensión de lectura y fomentar la lectura en general, las tecnologías de información y comunicación (TIC) se han utilizado para estos fines (Brunner y Tally, 1999), donde la internet ha jugado un papel importante, utilizándose con éxito el hipertexto y la tecnología multimedia de las páginas web, en las cuales los estudiantes leen un texto no lineal, rico en información de soporte para la comprensión de lectura en forma de imágenes, video y sonido, con el fin de lograr la comprensión lectora en un contexto general soportado con este tipo de tecnología (Coiro, 2003; Shank, 1994).

Considerando el análisis sobre el perfil de los jóvenes de hoy: ¿por qué no utilizar las tecnologías que ellos conocen para promover la lectura, las que forman parte de su vida? Se sabe que un joven estudiante en promedio ha mandado y recibido más de doscientos mil correos electrónicos y mensajes instantáneos antes de graduarse de la universidad.

Tomando en cuenta que existen más de 1.5 billones de personas en el mundo que utilizan teléfonos celulares, y a su vez, casi 90 millones de iPods circulando por el mundo, debieran entonces considerarse como nuevas herramientas para la enseñanza de la lectoescritura los blogs, wikis, podcasts, la escritura colaborativa

en línea, los exámenes y la enseñanza en línea, el uso de cámaras web, GIS, *Google Earth*, *webquests*, *e-portfolios*, *virtual tours*, e incluso los mismo teléfonos celulares.

Bibliografía

- Aptara (2009). eBooks: *Uncovering their impact on the publishing market*. Consultado el 22 de marzo de 2009. Disponible en: <http://www.aptara-corp.com/index.php?q4-devicesupport.html>
- Brunner, C.B. y Tally, W. (1999). *The new media literacy handbook: An educator's guide to bringing new media into the classroom*. New York: Anchor Books.
- Chávez, M.G. (2002). *Práctica de la lectura en México y el libro como producto cultural*. Colima: Altexto- Universidad de Colima.
- Coiro, J. (2003). Reading comprehension on the internet: Expanding our understanding of reading comprehension to encompass new literacies. En: *The Reading Teacher*.
- Gutiérrez, A. y Montes de Oca, R. (2004). La importancia de la lectura y su problemática en el contexto educativo universitario. En: *Revista Iberoamericana de Educación*, 29.
- Kaiser Family Foundation (2009). Generation M2: Media in the lives of 8- to 18-year-olds. Consultado en: <http://www.kff.org/entmedia/mh-012010pkg.cfm>
- Lohr, S. (2009). Smartphone rises fast from gadget to necessity. Consultado en: http://www.nytimes.com/2009/06/10/technology/10phone.html?_r=4
- Morales, R. (2009). Los jóvenes pagarían cualquier precio por navegar con sus móviles. Consultado en: http://www.tendencias21.net/Los-jovenes-pagarian-cualquier-precio-por-navegar-con-sus-moviles_a2324.html
- Schank, R. C. (1994). Active learning through hypermedia. En: *Multimedia*, 1(1), 69-78.