

Análisis para el diseño de una página web que forme prosumidores adolescentes con enfoque a la cultura de paz

Keila Merari Palacios Salazar

Universidad Autónoma de Tlaxcala

20206565@uatx.mx

Melissa Amador Peña

Universidad Autónoma de Tlaxcala

20206556@uatx.mx

Diana Corona Barrera

Universidad Autónoma de Tlaxcala

diana.corona@uatx.mx

Área temática: Evaluación del aprendizaje y del desempeño escolar

Resumen

La población mundial de jóvenes, especialmente en América Latina, está creciendo significativamente, siendo ellos el mayor porcentaje de usuarios activos de tecnología. El uso principal de Internet incluye la comunicación, acceso a redes sociales y entretenimiento. A nivel local, en Tlaxcala y México en general, se observa una falta de programas específicos para promover la cultura de paz y la formación de prosumidores adolescentes, indicando una necesidad de desarrollar materiales educativos para abordar estos temas y aprovechar el uso de la tecnología para promover la seguridad en línea. Este estudio se enfoca en la creación de una página web para la formación de prosumidores adolescentes, centrándose en la promoción de la cultura de paz en México, donde el uso de Internet, especialmente entre jóvenes de 18 a 24 años, está en aumento, reconociendo la prevalencia de la "violencia digital", con un impacto particular en mujeres y adolescentes.

Palabras clave: Formación, Prosumidor, Página web, Adolescentes, Cultura de Paz.

Introducción

El presente proyecto de investigación nace desde el interés de analizar la importancia de la cultura de paz en los adolescentes prosumidores, resulta evidente que esta nueva tendencia de

creación y divulgación de contenidos radica en la creciente influencia de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida de la población más joven. Los adolescentes, en su papel de prosumidores (productores y consumidores de contenido digital), están constantemente expuestos a diversas formas de interacción en línea, que pueden variar desde la construcción colaborativa y responsable de conocimiento hasta la proliferación de conductas violentas o conflictivas.

El estudio de la cultura de paz en los adolescentes prosumidores puede arrojar luz sobre cómo las interacciones en línea impactan en sus actitudes, comportamientos y relaciones, como pueden alterar un contexto tanto de forma positiva como de forma negativa. Dada la creciente importancia de la competencia digital y la participación en línea, la cultura de paz puede servir como una herramienta para discernir la información, fomentar el diálogo respetuoso y contrarrestar la propagación de odio en línea, por ello, se concibe la propuesta de creación de una página web para fomentar la cultura de paz en los adolescentes.

Fundamentación de una página web para la formación de prosumidores adolescentes que fomenten una cultura de paz

El ODS 16 es uno de los objetivos más ambiciosos y complejos de la Agenda 2030, abarca múltiples dimensiones relacionadas con la paz, la justicia y las instituciones sólidas. Estas dimensiones son esenciales para el desarrollo humano y el respeto a los derechos fundamentales; por esta razón, es necesario que se analice la importancia de este ODS desde tres perspectivas: la prevención y la resolución de conflictos, el acceso a la justicia y el fortalecimiento institucional.

La educación para la paz se propone como experiencia transversal para promover el equilibrio en las diversas áreas que conforman la integralidad del ser humano (emocional, psicológica, biológica, espiritual) así como eje articulador de experiencias en el campo social (cultura ciudadana e interacción cultural) y en lo pertinente a la relación con el medio ambiente (educación ambiental). También están comprometidos otros valores como: justicia, democracia, solidaridad, tolerancia, convivencia, respeto, cooperación, autonomía, racionalidad y amor a la verdad. La educación en valores es un factor importantísimo para conseguir la calidad que propone el sistema educativo (Iglesias, 1999 retomado por Vidanes, 2007).

Reconocer el valor de la palabra permite analizar su papel protagonista en la realización de acuerdos, planteamiento de pactos y firma de tratados, entre otros aspectos que han marcado la historia de la humanidad.

Desde esta perspectiva, el papel de los medios de comunicación masiva como difusores constantes de información, representan la adopción y adquisición del lenguaje desde diversas perspectivas y con diferentes cargas simbólicas.

Así, cobran sentido aquellos esfuerzos por generar conciencia frente a la importancia de abordar la influencia del lenguaje en la consecución de paz desde una mirada crítica-constructiva, como lo menciona Kirschner (2006), "quien no entienda la necesidad de analizar, con criterios propios, todas las influencias que se nos aproximan diariamente, será arrastrado por ellas en un torbellino de inseguridad...", dando lugar a cambios y transformaciones, las cuales modifican de forma profunda estructuras culturales que permean a la humanidad en su pensar y actuar.

En palabras de Ana Barrero (2019), responsable de Comunicación y Proyectos de la Fundación Cultura de Paz, en su artículo "Tecnologías de la Información y Comunicación para la Paz", menciona que:

La conexión global que permiten las TIC favorece el acercamiento a lo diverso, diferente y lejano, y el conocimiento y comprensión de las distintas realidades y situaciones. Esto contribuye a que se generen simpatías y se establezcan alianzas entre personas o grupos que se comunican e interactúan en todo el mundo, creando importantes vínculos de solidaridad y cooperación que se traducen en responsabilidad, compromiso y apoyo a una determinada situación, causa o acción".

Desde este análisis se argumenta la idea de generar un espacio digno, crítico, reflexivo y formativo, reflejado en una página web que cumpla con ciertos criterios que la posicionen como una herramienta a la que los adolescentes de la web 2.0 puedan acceder y comenzar a formarse para el beneficio y la construcción de una sociedad por la paz.

Citando a Sobrino (2014), la aparición de la web 2.0 requiere una didáctica renovada que potencie las posibilidades de este "nuevo internet". Es básico analizar en profundidad los principios que soportan los nuevos entornos de aprendizaje apoyados en tecnologías. Más en concreto, es necesario para la integración didáctica de TIC –hasta ahora fundamentada en las teorías del

aprendizaje “clásicas”: conductismo, cognitivismo y constructivismo- una relectura de la situación a la luz de las potencialidades de las herramientas de software social para nuestras aulas.

Por su parte, Giesbrecht (2007) retomado por Gutiérrez (2011) indica que el Conectivismo se presenta como una propuesta pedagógica que proporciona a quienes aprenden la capacidad de conectarse unos a otros a través de las redes sociales, o herramientas colaborativas. Siemens (2003) (citado por Giesbercht, 2007) indica que en este contexto el rol del educador es crear ecologías de aprendizaje, dar forma a comunidades, y liberar al interior del medio ambiente a quienes han aprendido.

Esto, sustenta la propuesta de diseñar y emplear una página web para la formación de prosumidores, ya que lo que se busca es que como un nodo en una red de aprendizaje, los jóvenes pueden conectarse entre sí, compartir conocimientos, experiencias y recursos, contribuyendo así a un proceso de aprendizaje colectivo, además de proporcionarles acceso a recursos educativos, herramientas y materiales que les permitan aprender y desarrollarse como prosumidores informados, competentes y responsables en la era digital.

Fernández y Sarmiento (2018) mencionan que, la neurociencia aporta una nueva perspectiva aplicada al marketing al analizar los procesos relacionados con la toma de decisiones que se realizan inconscientemente (Norton et al.). 2007). Esta ciencia tiene como objetivo identificar qué áreas del cerebro se activan en los procesos de toma de decisiones de los consumidores.

Es este comportamiento, imperceptible a simple vista, que el neuromarketing se propone estudiar y medir. Entre sus principales objetivos de estudio están:

- a) Identificar las reacciones de aceptación (o no) del consumidor con relación a las marcas, el diseño de los envases, los productos, plataformas online y otros aspectos.
- b) Prever el comportamiento del consumidor en los procesos de compra. El neuromarketing capta indicadores de contenido neurológico, psicológico y fisiológico, que pueden variar desde la actividad eléctrica del cerebro hasta el movimiento de los músculos del rostro, sudor, lenguaje corporal y latidos cardíacos.

Según Fernández y Sarmiento, en su libro “Patrimonio cultural y marketing digital” nos menciona que los principios del Neuromarketing se fundamentan en la Teoría del Cerebro Tri-uno,

desarrollada como resultado de los estudios de las investigaciones de Sperry (1973) y MacLean (1990). Esta teoría nos dice que el cerebro humano está dividido en tres estructuras:

- El cerebro reptiliano o primitivo (reptil): Es responsable de las funciones básicas para la supervivencia, como la respiración, la regulación del ritmo cardíaco está relacionado con las rutinas, costumbres, hábitos y patrones de conducta del ser humano.
- El cerebro límbico (mamífero): El cerebro límbico está involucrado en la regulación de las emociones, la memoria, el aprendizaje, la motivación y el comportamiento social.
- El neocórtex (pensante): Es responsable de funciones cognitivas superiores, como el pensamiento racional, la planificación, el lenguaje, la toma de decisiones conscientes y la percepción sensorial avanzada.

Adicionalmente, y con la finalidad de aprovechar el potencial de internet, es necesario disponer de una página web para la difusión de una cultura de prosumidores por la paz. Atendiendo los principios del Neuromarketing expuestos anteriormente, el éxito de una página web estaría relacionado con la capacidad de establecer una conexión con el cerebro reptil, siendo necesaria una adecuada selección de las imágenes y de los textos.

Ahora bien, se considera que una página web es viable para formar prosumidores adolescentes, en primera instancia por la accesibilidad, es decir, se puede acceder a estas en cualquier lugar y momento, siempre que se cuente con conexión a internet. La siguiente razón es que una de las características de las páginas web es que son útiles para una amplia gama de contenido, desde multimedia como textos, imágenes, videos, infografías, y muchos más, y esta diversidad de formatos, permite a los adolescentes explorar diferentes tipos de fuentes de información, todo esto con el fin de fomentar una participación activa de los adolescentes, para mantener un aprendizaje activo, y la última razón que se encuentra para implementar una página web es la colaboración, esta última es la razón más imprescindible en este trabajo de investigación, ya que, permite trabajar en conjunto en proyectos, compartir recursos y conocimientos tal y como lo respalda la teoría del conectivismo de Siemens.

Estrategia metodológica

Para este trabajo, se eligió una investigación documental como primer momento, ya que resulta necesario tener un sustento teórico que respalde este trabajo, la revisión documental permitió definir claramente los objetivos, el alcance y la dirección de la página web, además de poder identificar las características clave que serán relevantes y atractivas para la población

adolescente y de esta manera tengan interés por fomentar una cultura de paz y se formen como prosumidores.

Por otra parte, se entrevistó mediante un formulario de Google Forms a 74 jóvenes, escogidos al azar, estudiantes de la Escuela Secundaria Técnica Numero 40, Siglo XXI de la Comunidad de Panotla y de nivel medio superior del CBTIS 212 del municipio de Tetla de la Solidaridad, en el estado de Tlaxcala, siendo jóvenes de entre 12 a 18 años de edad, para conocer sus preferencias de consumo, su preferencia de dispositivos y que tipo de contenido multimedia llama más su atención, esto, para poder adaptar el contenido de la página web y de esta manera, los usuarios se sientan atraídos e identificados con el contenido y así, poder generar una participación de la audiencia de manera orgánica.

Principales hallazgos sobre los usuarios y propuesta de página web

En la actualidad, los adolescentes, que conforman una parte significativa de la población, se caracterizan por su activa participación en el entorno digital, donde están constantemente evolucionando y relacionándose. Esta cuestión adquiere una relevancia extraordinaria, dado que las redes sociales y la tecnología han revolucionado de manera profunda la forma en que los jóvenes interactúan, se comunican y experimentan su entorno.

En este sentido, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), realiza la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), la cual estimó que, en 2022, había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6% de la población de 6 años o más. El aumento fue de 3.0 puntos porcentuales respecto a 2021 (75.6%).

El grupo de edad que concentró el mayor porcentaje de personas usuarias de internet fue el de 18 a 24 años, con una participación de 95.1 por ciento. Siguió los grupos de 25 a 34 años y de 12 a 17 años, con 92.8 y 92.4%, respectivamente: la diferencia fue de apenas 0.4 puntos porcentuales entre ambos grupos de edad. En cuarto lugar, se ubicó el grupo de las y los usuarios de 35 a 44 años, quienes registraron 87.1 por ciento. El grupo de personas que menos usó internet fue el de 55 o más años, con una participación de 47.6 por ciento.

Por grupos de edad, las personas usuarias de 18 a 24 años registraron el promedio más alto de uso de internet, con 5.9 horas al día. Siguió las personas de 25 a 34 años y de 12 a 17 años, con 5.3 y 4.7 horas, respectivamente.

El uso principal que se le dio al internet fue para comunicarse (93.8%). Siguieron el acceder a redes sociales (90.6%) y el entretenimiento (89.6%). La realización de pagos vía internet incrementó de 18.3%, en 2019, a 26.9%, en 2022. En contraste con lo anterior, leer periódicos, revistas o libros disminuyó de 47.1 a 39.9%, en el mismo periodo.

De acuerdo a la información obtenida por parte del estudio anterior, revela que el nivel de interacción por parte de los adolescentes es altamente exponencial. Desde esta perspectiva, instruir a los adolescentes en el buen uso de la tecnología es esencial para su seguridad y su desarrollo personal, ya que son la principal parte de la población que se desenvuelve en el mundo digital.

Es por esta razón que recientemente se ha avanzado en el desarrollo conceptual de un nuevo tipo de violencia, conocido como “Violencia digital”, la cual se define a continuación:

“La violencia digital es toda acción dolosa realizada mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación, por la que se exponga, distribuya, difunda, exhiba, transmite; comercialice, oferte, intercambie o comparta imágenes, audios, o videos reales o simulados de contenido íntimo sexual de una persona sin su consentimiento, sin su aprobación o sin su autorización y que le cause daño psicológico, emocional, en cualquier ámbito de su vida privada o en su imagen propia. Así como aquellos actos dolosos que causen daño a la intimidad, privacidad y/o dignidad de las mujeres, que se cometan por medio de las tecnologías de la información y de la comunicación” (Parr. 3)

El sitio web del INFOEM retoma un dato de la unidad de Prevención e Investigación Cibernética, del total de incidentes atendidos durante el primer semestre de 2023, relacionados con violencia digital, recibió: 4 mil 739 reportes, lo que representa 61% del total principalmente el acoso cibernético con 2 mil 556 incidentes. Para el caso de Niños, Niñas y Adolescentes, se registraron 289 incidentes,

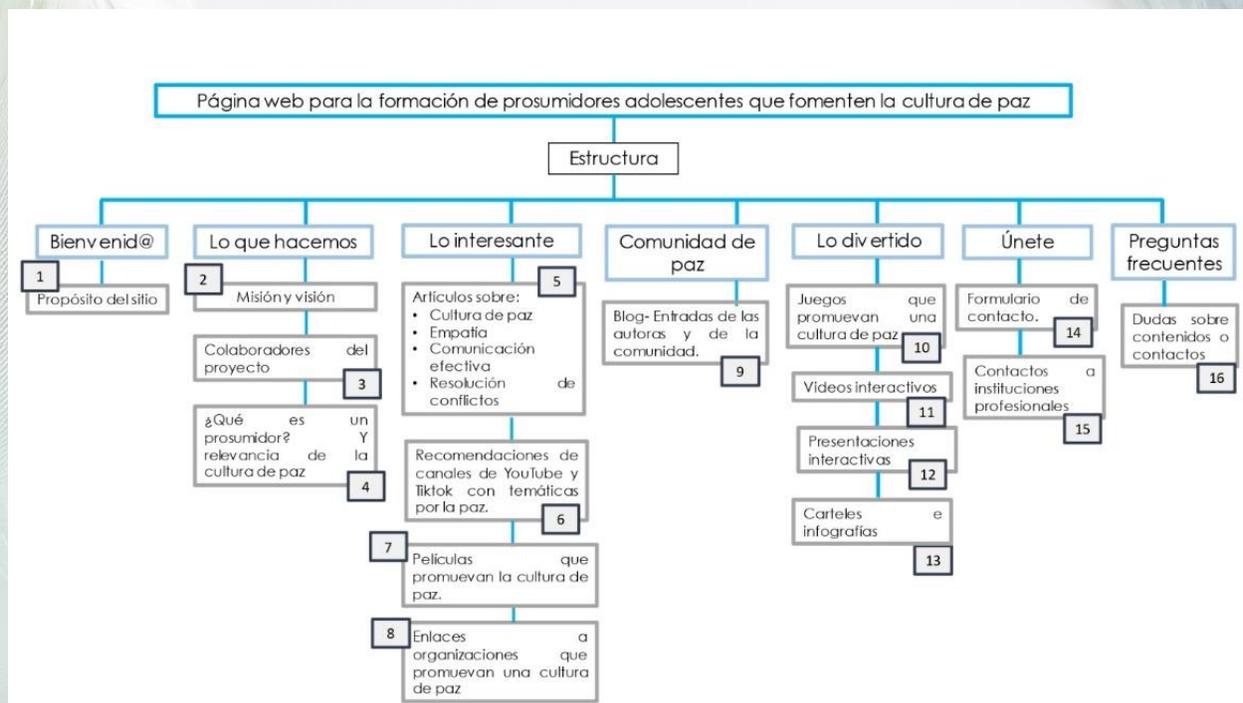
Estos datos muestran que es la población adolescente quien más se comunica y tiene acceso a los medios de comunicación, pero también, quienes son más propensos a sufrir acoso, ciberacoso, violencia digital, discriminación, entre otros riesgos y delitos digitales.

Por su parte, los resultados del formulario ayudaron a identificar que los jóvenes de entre 12 a 18 años de edad, muestran un mayor interés por los videos con un 81,1%, pero aún más por la

música con un 85.1%, seguido de memes, artículos y finalmente páginas web, ahora, esto no quiere decir que no les gustan las páginas web, si no que una posibilidad es que muchas de estas páginas no están adaptadas para un rango de edad, si no, simplemente se enfocan al contenido que manejan.

Estas respuestas, más bien contribuyen a que se pueda adaptar el contenido a la preferencia de consumo de los usuarios para que exista una mayor interacción con los contenidos con un interés genuino. Es así, basado en la opinión de los mismos jóvenes, que se elaboró un esquema con la propuesta de diseño de la página web que contiene los menús y pestañas, junto con los posibles contenidos de cada una (Figura 1) dejando esta propuesta como un futuro prototipo a desarrollar.

Figura 1. Propuesta para la constitución de una página web de prosumidores adolescentes que fomente a cultura de paz



Seguindo la estructura de la Figura 1, la página está compuesta por 7 categorías,

- Categoría Bienveni@: Se explica al lector el propósito de la página.
- Categoría Lo que hacemos: Contiene la misión y visión de la página web, además de presentar a los colaboradores dentro del proyecto, y se da una breve introducción sobre, ¿Qué es un prosumidor? y ¿Cuál es la importancia de hablar de una cultura de paz?

- Categoría Lo interesante: Se integran artículos relacionados con la cultura de paz, esta categoría está dedicada a proponer películas, canales de YouTube y Tiktok, en donde la trama engloba valores que erradiquen problemas de violencia en adolescentes. Por último, se proporcionan enlaces a organizaciones.
- Categoría Comunidad por la paz: Para las entradas de blog, donde los lectores se encargan de aportar y convertirse en creadores de contenidos propios (prosumidores).
- Categoría Lo divertido: Luego de analizar los intereses de los adolescentes, se diseña una categoría destinada a un aprendizaje gamificado, en donde se alojan diferentes materiales interactivos con el propósito de aumentar el interés y la participación activa.
- Categoría Únete: Se anexa un formulario de contacto para los lectores que tengan la intención de colaborar con material. Además, se encuentran contactos con instituciones profesionales, dedicadas a tratar temas de violencia digital, violación de datos personales, acoso, bullying, entre otros.
- Categoría Preguntas frecuentes: Dedicada a dudas sobre contenidos dentro de la página

Conclusiones

Se puede concluir que los contenidos que se incluyan en la página web, deberán ser, además de atractivos, cortos y con material multimedia, tener elementos entretenidos, esto no significa que todo será material de entretenimiento, sino más bien, el contenido para informar, sea mediante comics, crear algún personaje, series de podcast, realizar en vivos, incluso con invitados o la participación de los mismos usuarios, todo esto para que la formación de los jóvenes hacia un camino prosumidor sea lo más entretenida para ellos, ya que es necesario que se interesen con el tema de la cultura de paz, debido a que un prosumidor es de igual manera un ciudadano digital que crea contenido con conocimiento, pero también lo hace de manera crítica y consciente, y si los adolescentes no tienen un interés orgánico por la cultura de paz, no existirá una verdadera intención de fomentarla.

Referencias

- Adriana. (2015, julio 22). Herramientas de investigación: el Focus Group. Blog Netcommerce. <https://info.netcommerce.mx/herramientas-de-investigacion-el-focusgroup/>
- Fernández, L., y Sarmiento, G. (Coords.). (2018). Patrimonio cultural y marketing digital. Dykinson.
-

Gutiérrez, L. (2012). Conectivismo como teoría de aprendizaje: conceptos, ideas, y posibles limitaciones. *Revista Educación y Tecnología*, volumen (1), págs. 111-122. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4169414>

Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de México y Municipios. (2022). Violencia digital en México: Cifras relevantes. <https://www.infoem.org.mx/es/iniciativas/micrositio/violencia-digital#:~:text=Violencia%20Digital%20en%20M%C3%A9xico%3A%20Cifras%20Relevantes&text=de%20mujeres%20de%2012%20a%3%B1os,de%207.6%20millones%20de%20hombres.&text=de%20las%20mujeres%20de%2020,al%2023.7%25%20de%20los%20hombres>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). ¿Cuántos son como tú? INEGI. <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/poblacion/comotu.aspx>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). Modulo sobre Ciberacoso 2022. INEGI https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/mociba/2022/doc/mociba2022_resultados.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2022). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2022/>

Miranda Goncalves, R. (2023). Perspectivas filosóficas en la búsqueda de la paz, la justicia y las instituciones en la Agenda 2030. *Novos Estudos Jurídicos*.

Organización de las Naciones Unidas (2024). Paz y justicia - Desarrollo Sostenible. ONU. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/peace-justice/>

Puig, H. (2019, septiembre 30). Tecnologías de la información y comunicación para la paz. *Per la Pau - ICIP*. <https://www.icip.cat/perlapau/es/articulo/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-para-la-paz/>

Sobrino Morrás, Á., (2014). Aportaciones del conectivismo como modelo pedagógico post-constructivista. *Propuesta Educativa*, (42), 39-48.

Vidanes Díez, J. (2007). La educación para la paz y la no violencia. *Revista Iberoamericana de Educación*, 42(2), 1-12. <https://doi.org/10.35362/rie4222424>
