

Si existe un fenómeno que haya supuesto un cambio social drástico en las últimas décadas, ése es sin duda, el de la impresionante adopción de redes sociales digitales a escala mundial; y de manera más intensa, entre la juventud de los países ricos. Es más, puede afirmarse que, profundizar en el tema “juventud y nuevos medios de comunicación”, es hacerlo sobre los aspectos distintivos de este grupo social en la primera década del siglo XXI: con una comunicación frecuente a través de redes, relaciones, adquisición de productos y servicios on line, influencias y gustos globalizados, hegemonía de lo audiovisual frente al soporte papel, y de las nuevas formas de interacción, expresión y entretenimiento asociadas.

Es por todo ello que, este monográfico de la Revista de Estudios De Juventud presenta, a propósito de la relación entre adolescencia, juventud (de 15 a 25 años) y los nuevos medios, un conjunto de perspectivas plurales, pero complementarias. Perspectivas con las que se ahondará en el estudio de esta nueva generación, desde el interés por la influencia de los nuevos medios digitales en los factores de riesgo y de oportunidad que dispensan y en cómo la juventud, además de tomar la iniciativa en este terreno, está actuando como conductora de nuevas pautas de consumo e interacción social y, por tanto, agente activo del cambio social.



REVISTA DE
ESTUDIOS
DE JUVENTUD

→ Marzo 10 | N°

88

**Juventud y nuevos medios de
comunicación**

Coordinadora
Ángeles Rubio Gil

**REVISTA DE
ESTUDIOS
DE JUVENTUD**

Director

Gabriel Alconchel Morales

Coordinadora

Ángeles Rubio Gil

Diseño Gráfico

Pep Carrió / Sonia Sánchez
Antonio Fernández

Ilustraciones

María Corte

Edición

© Instituto de la Juventud

Redacción

Observatorio de la Juventud en España
Servicio de Documentación y Estudios
Tel.: 91 363 78 09
Fax: 91 363 78 11
E-mail: estudios-injuve@migualdad.es
web injuve: www.injuve.migualdad.es
Biblioteca de Juventud
C/ Marqués del Riscal, 16
Tel.: 91 363 78 20
E-mail: biblioteca-injuve@migualdad.es

Libro impreso con papel reciclado,
el 60% libre de cloro

ISSN:0211-4364

NIPO: 802-10-004-8

Dep. Legal: M-19586-2010

Impresión: Lettergraf S.L.

Las opiniones publicadas en éste número
corresponden a sus autores.
El Instituto de la Juventud no comparte
necesariamente el contenido de las mismas.

EL TEMA | pág. 5

Introducción | pág. 7

BLOQUE PRIMERO | JUVENTUD, NUEVOS MEDIOS Y SOCIEDAD DIGITAL

1. El crítico estatuto de la persona adolescente en la observación empírica de la comunicación. | pág. 11

Manuel Javier Callejo Gallego (UNED)

2. Televisión, Telefonía móvil y juventud en el contexto de la modernidad reflexiva de masas tardía: un proyecto de investigación | pág. 25

Juan Menor Sendra (URJC)

3. La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. | pág. 51

Julia González Conde (CEU, UCM. RNE)

4. Jóvenes y Televisión generalista en España: ¿Es Internet responsable de una audiencia perdida? | pág. 63

Pedro Reinares (URJC y IE Business School)

5. Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. | pág. 77

Carlos Taberner, Daniel Aranda y Jordi Sánchez-Navarro (Universidad Autónoma de Barcelona y UOC)

6. Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. | pág. 97

Francisco Bernete (UCM)

BLOQUE SEGUNDO | FACTORES DE RIESGO Y DE OPORTUNIDAD DE LAS TIC

7. Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbullying | pág. 115

Jorge del Río, Charo Sádaba y Xavier Bringué (Universidad de Navarra)

8. Entre marcianitos y avatares: adicción y factores de riesgo para la juventud en un mundo digital. | pág. 131

Xavier Carbonell y Marta Beranuy (Universidad Ramón Llull)

9. Las nuevas lecturas juveniles y retos educativos. | pág. 147

Almudena Álvarez (Universidad Autónoma de Madrid)

10. El comercio y las finanzas de la juventud a través de los nuevos medios. | pág. 165

M^a Luisa Medrano, Luis Tomás Díez de Castro y Elvira San Millán

(CUNEF y URJC)

11. Jóvenes y publicidad on line: nuevos espacios y formas, otros retos. | pág. 183

Clara Muela Molina y Antonio J. Baladrón Pazos (URJC)

12. Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social. | pág. 201

Ángeles Rubio Gil (URJC)

MATERIALES | pág. 225**COLABORACIÓN** | pág. 257