

EL TEMA



Juventud y nuevos medios de comunicación

## EL TEMA

Si existe un fenómeno que haya supuesto un cambio social drástico en las últimas décadas, ese 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.

Las características del estudio de la juventud actual y los nuevos medios, exige el reto de mantener más si cabe, dos principios básicos del trabajo académico, como son la objetividad y la actualización (partir de lo que ya existe y conocer la realidad más reciente). Dificultades teóricas y metodológicas, ante un tema tan polémico, cambiante, que atañe al conflicto intergeneracional y que impregna la vida cotidiana, así lo exigen. Más que nunca estas premisas son necesarias para interpretar e interpretarnos, en unos momentos en los que la frenética racionalización digital puede abandonarnos en un callejón de perplejidad, “falta de explicaciones” y cuando no, en la más absoluta paradoja. Por ejemplo, cuando educadores, padres y administraciones suelen sorprenderse promoviendo o financiando las mismas tecnologías que temen o censuran; lamentan que las y los menores vean demasiado la televisión, al tiempo que pueden sorprenderse haciendo lo contrario, para intentar evadir su aislamiento frente al resto de pantallas (PSP, PlayStation, Ordenador, Móvil). O ante el fenómeno hackers, generalmente jóvenes, que son reprobados por las autoridades de organizaciones públicas y privadas, y al mismo tiempo pasan a ser contratados por éstas, para funciones de seguridad, competencia y defensa. La propia regulación de Internet, suele ser descrita con una metáfora de tal carácter paradójico, y generalmente por la propia juventud: “ponerle puertas al campo”.

Sin embargo, la paradoja no deja de ser el marco idóneo para el debate y la investigación, porque la búsqueda de objetividad, exige de la predisposición necesaria para poner en tela de juicio cualquier tipo de identidad que el sentido común, cuando no el exagerado discurso noticioso, ha dado como válida. Parfraseando a Kierkegaard, puede afirmarse que, la paradoja como pasión del pensamiento y a la que éste no puede sustraerse, restablece la verdad –en tanto que verdad profunda-, frente a las “meras verdades” de la opinión común y hasta del conocimiento filosófico y científico.

En éste interés por buscar clarividencia, que antes que conocer el futuro –como rezan las nuevas enciclopedias digitales- es en primer y segundo término discernimiento y ver las cosas claras, se ha seguido el criterio de solicitar su colaboración a un conjunto autores (20 doctores y doctoras), interdisciplinar (de distintas áreas de las CC. Sociales y del comportamiento), manteniendo más allá de los nombres propios, los equipos que han desarrollado su labor investigadora y docente en los últimos años sobre éste tema, y desde sus áreas específicas (psicología clínica y social, sociología, finanzas, pedagogía, publicidad, etc.). Algo que se ha considerado necesario para aportar toda la luz necesaria en un tema que alberga opiniones contradictorias, cuando no encontradas.

El hecho de que dichos equipos además, procedan de distintas profesiones y facultades españolas, ha sido también una garantía, en la medida que desde disciplinas diversas y empleando diferentes muestras, los resultados de las investigaciones son similares. Finalmente, como no podría ser de otro modo, el mantenimiento de la pluralidad de perspectivas y tendencias ideológicas, ha dado lugar al enriquecimiento de los discursos y su suma final. De modo que, entremezclados enfoques críticos, eclécticos, con otros más integrados sobre la influencia de los nuevos medios en la adolescencia y la juventud, se ha pretendido avanzar en la mayor comprensión del fenómeno, desde éstas mismas tendencias que han presidido éste ámbito del conocimiento.

Las contribuciones se han dividido en dos bloques, un primero centrado en los aspectos descriptivos y valorativos de los nuevos medios y su incidencia en la adolescencia y la juventud; y un segundo bloque, en el que se analiza su impacto desde el punto de vista de las oportunidades y los riesgos percibidos. Ambos

han sido tratados de forma teórica y empírica, si bien procurando mantener un estilo divulgativo, para que resulte agradable; tanto para personas estudiosas del tema, como también para esa juventud curiosa y ávida de lectura a la que se alude.

Y es que, a pesar de lo que normalmente se supone, es esta una juventud más lectora que las anteriores, como apunta el artículo de **Almudena Álvarez**, sobre las nuevas lecturas de las y los jóvenes y adolescentes, y se caracterizan no sólo por adaptarse perfectamente a los entornos digitales, sino además, por generar a través de su alta interactividad con los productos y entornos culturales, una retroalimentación comunicativa permanente: con editoriales, librerías, cabeceras periodísticas, autores, etc. De modo que, sus ideas y preferencias, están dirigiendo tendencias en la industria cultural y en el sistema educativo.

Pero si el debate sobre los efectos de las TIC en la educación formal está siendo muy importante, no está siendo menos intenso el que se refiere a la socialización difusa. En el artículo de **Francisco Bernete** sobre las repercusiones del uso de las TIC en la socialización de la juventud, se pone el énfasis en la manera en la que, cabe vislumbrar cambios en sus relaciones sociales, y por tanto también en las relaciones con otros agentes: familiares, docentes, compañeros/as de trabajo, de estudio, de juegos, etc.

Pero si la teoría sobre el impacto de los nuevos y viejos medios parecía una tarea, cuanto menos estructurada, antes que nada, el asunto que todavía exige, un gran debate científico y profesional, es el concerniente a la adolescencia y la juventud como objeto de estudio en tanto audiencias. En primer lugar, porque los nuevos medios exigen también de nuevos métodos de análisis, generan nuevas formas de consumo, y distintos problemas técnicos y éticos frente a su investigación; lo que a la postre, nos remite a otro debate sociológico, sobre el carácter reflexivo y fiable o no, de la decisión y la opinión de las y los más jóvenes. También sobre sí, con esta nueva comunicación, y “nueva adolescencia y juventud digital”, más precoz y prolongada (por razones estructurales, culturales, biológicas), pueden usarse los mismos patrones de medida que antaño, y sobre todo, aplicar una perspectiva adulta, para interpretar realidades que les son propias. Tal cúmulo de dificultades son resueltas en el primer capítulo de **Javier Callejo Gallego**: “el crítico estatuto del adolescente en la observación empírica de la comunicación”, en el que se apunta que dicho estudio es tan necesario, como, al menos, difícil; y ante tal dificultad el autor introduce una tesis, partiendo de la idea de que cuando algo es necesario e imposible –aunque aquí sólo se mantenga que es difícil– conviene, como en las paradojas, cambiar de nivel de análisis. Es decir, que son los propios adolescentes los sujetos protagonistas de las transformaciones en el sistema de comunicación, porque su categoría social se constituye en relación con la comunicación.

Otro de los aspectos que han supuesto cambios ineludibles en la vida colectiva que no podían quedar relegados, son los del consumo de los antiguos medios y su adaptación y redefinición a la realidad de la demanda digital, así **Julia González Conde**, en su artículo sobre la “ciberradio”, describe la radio a través de Internet y los nuevos formatos, que rompen radicalmente el esquema tradicional en uso de éste medio, al introducir nuevos elementos en su sistema comunicativo. Todo ello habrá de afectar, no sólo el número y la naturaleza de sus soportes técnicos sino también, y a consecuencia de ello, a los modos y hábitos de consumo de sus usuarios. En esto sentido, y en lo que respecta a la televisión generalista, **Pedro Reinares** en su artículo sobre la televisión, considera que su consumo debe enmarcarse dentro de la falta de consolidación de los hábitos de audiencia entre medios, existiendo indicios razonables para creer que, al menos en la juventud, Internet y televisión son medios complementarios (consumo simultáneo de ambos medios). Tendencia que permanecerá con la televisión digital.

En lo concerniente a las nuevas formas de ver la televisión las y los más jóvenes, y con esta posibilidad de atisbar a través del conocimiento de la investigación internacional, el futuro inmediato, **Juan Menor** en su artículo sobre televisión y telefonía móvil, hace un recorrido histórico-sociológico por lo que ha supuesto para la juventud y las relaciones intergeneracionales este medio. Para el autor, el viejo binomio televisión-automóvil, que constituyó la sociedad de la posguerra empieza a ser desafiado por las nuevas tecnologías de movilidad. La cuestión es si puede afirmarse que el móvil llegará a ser el “nuevo transistor audiovisual”, que ponga en cuestión la centralidad del hogar doméstico, y si podrá ser portador de nuevas culturas de lo público.

De lo que ya no cabe duda, es que las redes sociales a través de Internet y otras aplicaciones, están transformando la forma de concebir las relaciones, en donde la familia, educadores y otros grupos de apoyo de los individuos pueden quedar relegados. El equipo formado por **Jorge del Río, Charo Sádaba, Xavier Bringué**, analizan cuatro cuestiones relacionadas con el fenómeno de las redes sociales y el acoso digital: ¿Es el acceso a Internet determinante a la hora de estar expuestos a recibir agresiones virtuales? ¿Facilita su acceso el desarrollo de conductas negativas de agresión a terceros? ¿Qué papel juegan el sexo y la edad en esta realidad de víctimas y agresores?, y por último, las redes sociales, tan populares entre este grupo de edad, ¿Constituyen un caldo de cultivo para este tipo de prácticas?

Por su parte, **Marta Beranuy y Xavier Carbonell**, con su artículo “Entre marcianitos y avatares: adicción y factores de riesgo para la juventud en un mundo digital”, exploran aquellos conflictos que están relacionados con el uso problemático de Internet, el móvil y los videojuegos, y particularmente, la conducta adictiva que pueden propiciar ciertas aplicaciones.

Factores de riesgo que no pueden hacer olvidar que, tanto en espacios informales (privados y/o relacionados con la familia o los amigos y amigas), como en espacios educativos formales (en clase o en alguna academia) y que se desarrollan a través de la Red y otros Medios digitales, son un ámbito de ocio y aprendizaje, en donde, se produce una selección consciente (por ejemplo de las redes sociales sobre los videojuegos que les interesan mucho menos), que ilustra unas formas características de gestión de la identidad y la privacidad por parte de la juventud de nuestro tiempo. Así lo ha puesto de manifiesto el equipo formado por **Carlos Taberner, Daniel Aranda y Jordi Sánchez-Navarro**, en su artículo “Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje”; y que muestra un panorama halagüeño a partir de sus recientes investigaciones sobre la juventud y ordenadores, videojuegos, Internet, las cámaras digitales o los teléfonos móviles.

En la misma línea, el equipo formado por **Luis Díez de Castro, María Luisa Medrano y Elvira San Millán** han ilustrado la situación actual del comercio y las finanzas de la juventud a través de las redes digitales: el uso del comercio electrónico, sus motivaciones y preferencias, el gasto medio, los problemas logísticos, el uso de los distintos tipos de medios de pago, la nueva tendencia de las compras a través del teléfono móvil, la *Banca Online* y la aparición en España de la Banca Móvil, enfocada principalmente hacia este colectivo, para terminar con una visión de las principales Web sociales financieras, como novedosa forma de comunicación entre inversores e incluso vía alternativa de obtención de financiación. Por su parte, **Clara Muela Molina y Antonio J. Baladrón Pazos**, con su artículo analizan las percepciones que las y los jóvenes tienen de la publicidad *on-line*, revelando algunos de los más importantes desafíos a los que tienen que hacer frente los anunciantes para comunicarse de forma transparente, honesta y eficaz con este *target*. Reflexionan sobre las nuevas formas que están empezando a explorar las empresas para dirigirse a sus públicos jóvenes; el papel crítico, informado y cada vez más activo de los y las jóvenes en los procesos de comunicación de las marcas, que obliga a una innovación constante en los formatos, que cada vez son menos impositivos y buscan una mayor implicación de los destinatarios. Todo ello se complementa con el recurso a diferentes datos de consumo mediático y nuevas tecnologías.

Por último, después de este exhaustivo repaso, puede afirmarse que, tratar la relación entre juventud y nuevos medios, es hacerlo sobre las posibilidades de transformación social que ésta relación propicia: a través de la educación, la cultura, la participación política, el empleo o el desarrollo. Con el artículo “Juventud Digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social”, se aborda como las y los jóvenes, como promotores de patrones de uso de Internet, pasan a generar una serie de expectativas para las comunidades (apertura a mercados, desarrollo del capital social, inserción laboral), y unas pautas concretas de relación, asociación y socialización, y en resumen, de cambio social. Dichas pautas no son arbitrarias, sino reflexivas, con una valoración del tiempo libre ‘a la carta’ y no dirigido, preferencia por la recreación automatizada, las redes sociales, la educación integral (multimedia, intercultural, interdisciplinar e interactiva) y el trabajo en red, más participativo, personalizado, independiente y creativo, como forma de individualización en un mundo interdependiente.

Esto afecta asimismo, a su educación, mediatizada por el conjunto de nuevas relaciones sociales virtuales, a la personalidad y la identidad de los sujetos, por las habilidades que se adquieren (o no) para la creación, la

comunicación y la construcción del conocimiento. La relación entre jóvenes y nuevos medios excede la instrumentalidad de los conocidos hasta ahora, para erigirse en una nueva realidad antropológica en la medida que, los medios digitales son un hecho social total, en el que las y los jóvenes no sólo han tomado la iniciativa, sino que además, están siendo los generadores de nuevos cauces de innovación, y no sólo en lo que respecta a la cultura juvenil, sino por extensión a la vida cotidiana de toda la población.

En resumen, este conjunto de artículos son el resultado del trabajo investigador de veinte doctores universitarios desde la perspectiva de las distintas ciencias sociales y del comportamiento, y de su propia experiencia entorno a las TIC. Con él se ahonda en el conocimiento de las y los adolescentes y jóvenes nativos en la era digital, tal como se les ha dado en llamar, y en dónde las personas más mayores, no debemos permanecer migrantes, ni ajenos.

**Ángeles Rubio Gil**