

**REVISTA DE  
ESTUDIOS  
DE JUVENTUD**

**Directora**

Leire Iglesias Santiago

**Coordinación del número**

Concepción Naval

Charo Sádaba

**Diseño gráfico**

Pep Carrió / Sonia Sánchez

Antonio Fernández

**Ilustraciones**

Sonia Pulido Flores

**Edición**

© Instituto de la Juventud

**Redacción**

Consejería Técnica de Planificación y Evaluación

Servicio de Documentación y Estudios

Tel. 91 363 78 09

Fax 91 363 78 11

E-mail: estudios-injuve@mtas.es

Biblioteca de Juventud

C/ Marqués del Riscal, 16

Tel. 91 363 78 20

E-mail: biblioteca-injuve@mtas.es

ISSN: 0211-4364

NIPO: 208-05-001-7

Dep. Legal: M-4185-1980

Impresión: Julio Soto Impresor, S.A.

Las opiniones publicadas en este número  
corresponden a sus autores.

El Instituto de la Juventud no comparte  
necesariamente el contenido de las mismas.

ÍNDICE

→ Marzo 05 | N°

Jóvenes y medios de comunicación

68

**EL TEMA** | pág. 5

1. **Introducción: Juventud y medios de comunicación frente a frente.** | pág. 9

**Concepción Naval y Charo Sádaba**

2. **Medios de comunicación y socialización juvenil.** | pág. 19

**Julio Vera Vila**

3. **Medios de comunicación, participación y juventud.** | pág. 33

**David Reyro García**

4. **La juventud en los medios.** | pág. 45

**Aurora García González**

5. **Comunicación efectiva en circunstancias difíciles: el público entre 14 y 19 años.** | pág. 53

**Francisco J. Pérez Latre y Xavier Bringué**

6. **Pantallas y juegos: de la observación de modelos a la participación.** | pág. 61

**Begoña Gros Salvat**

7. **Cine y juventud: una propuesta educativa integral.** | pág. 73

**Carmen Urpi Guercia y Carmen Pereira Domínguez**

8. **Medios digitales: donde la juventud tiene la iniciativa.** | pág. 91

**David Domingo**

9. **La juventud en la publicidad.** | pág. 104

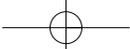
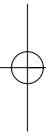
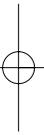
**Alfonso Méndiz Noguero**

10. **Ocio en los nuevos medios de comunicación.** | pág. 116

**Ignasi de Bofarull**

**MATERIALES** | pág. 129

**COLABORACIÓN** | pág. 147



EL TEMA



Jóvenes y medios de comunicación

## EL TEMA

Los medios de comunicación buscan el modo de llegar a la audiencia joven, mientras ésta se muestra reacia a responder de un modo unívoco a las propuestas de las empresas de comunicación. Estudios recientes constatan, por ejemplo, que la juventud cada día lee menos la prensa, y que descende su consumo de televisión. Junto a esto, padres y educadores están preocupados por la influencia que los medios pueden tener en su correcta formación.

La relación entre juventud y medios de comunicación con frecuencia oscila entre el amor y el odio. Los medios adoran a los jóvenes y buscan los modos de convertirlos en audiencia fiel o más bien cautiva. Pero al mismo tiempo, se muestran a veces sorprendidos por la poca eficacia de sus acciones: la juventud responde de manera atípica a promociones y programas especiales y no siempre tienen las claves para interpretar sus conductas.

Por otro lado, los jóvenes son consumidores de los medios con un carácter marcadamente pragmático: en la medida en que les sirven para unos fines concretos y habitualmente inmediatos como relacionarse con los amigos, obtener una información puntual, etc. Además, a lo largo de los últimos años, han manifestado un claro descontento por la imagen que de ellos ofrecen los medios al verlos como sujetos pasivos, desinteresados o poco implicados en las cuestiones sociales.

Sin embargo, a pesar de estas tensiones, más que dos realidades frente a frente, juventud y medios de comunicación no sólo se armonizan bien sino que se reclaman mutuamente. Junto a ellos, la sociedad, padres y educadores se preguntan en qué medida esta relación, a veces tan intensa, puede favorecer o perjudicar a la formación de los jóvenes, en pleno desarrollo de la personalidad. Los medios, muchas veces excesivos en sus formas y contenidos, presentan una realidad no siempre ajustada en sus términos.

Así se intuye por qué esta temática ha captado la atención de numerosas investigaciones contemporáneas desde diversos ámbitos del saber, como por ejemplo, la comunicación, la sociología, la psicología, la educación o la publicidad por citar algunas.

“Juventud y medios de comunicación, frente a frente” es el título de este número monográfico de la *Revista de estudios de Juventud*, del Instituto de la Juventud, donde pretendemos tratar las variadas relaciones que se dan entre jóvenes y medios, desde la doble perspectiva de la educación y la comunicación. Se abordan cuestiones tales como: ¿por qué preocupa la relación entre los medios y los jóvenes y no ocurre lo mismo, por ejemplo, con la que tienen los mayores con esos medios? ¿En qué medida un medio como el cine puede afectar a la formación de la personalidad de los jóvenes? ¿Podemos esperar que los nuevos medios, fundamentalmente Internet, despierten interés para participar de modo más activo en la sociedad que les rodea? ¿Poseen una virtualidad educativa estos medios? ¿Qué sucede con el ocio y el juego de los jóvenes cuando se interponen los medios de comunicación?.

Los autores que han colaborado en este volumen se han mostrado siempre entusiasmados con la tarea y lo han sabido reflejar con acierto. Nuestro agradecimiento a todos ellos.

El Instituto de la Juventud lleva muchos años pensando y actuando para mejorar la vida de los jóvenes, conscientes de que son la sociedad del presente y sobre todo del futuro. Los medios son un elemento clave en este proceso y por eso es de agradecer el interés y aliento del Instituto en la elaboración de este monográfico de la Revista de Estudios de Juventud.

Sólo nos resta desear a quien tiene esta Revista en sus manos, que disfrute de su lectura tanto como nosotras lo hemos hecho con su edición.

Concepción Naval  
y Charo Sádaba

