

JÓVENES Y COMUNICACIÓN

LA IMPRONTA DE LO VIRTUAL



**DOSSIER DE
PRENSA**
09/04/2014

Autores:

Elena Rodríguez San Julián

Ignacio Megías Quirós

Amparo Lasén (Introducción)

Anna Sanmartín Ortí (Coordinación - Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud)

Objetivo

- Analizar la manera en que las nuevas tecnologías, especialmente las redes sociales, influyen en las formas de comunicación entre la población joven:
 - En los procesos de socialización de adolescentes y jóvenes.
 - En la generación de nuevas expectativas y referentes simbólicos relacionales.
 - En la redefinición de algunos valores.
 - En la creación de nuevas formas de cohesión grupal y gestión del *yo* (y del *nosotros, el grupo*).

Metodología

- La metodología es fundamentalmente de tipo cualitativo:
 - ocho **GRUPOS DE DISCUSIÓN** en Madrid, Bilbao, Valencia y Toledo, teniendo en cuenta las variables de género, clase social, edad (**16-26 años**), estar trabajando o no y uso de redes sociales (tres categorías: uso intenso, medio y bajo).
 - tres **GRUPOS TRIANGULARES** en Madrid y Aranjuez.
- Se ha acudido también a **fuentes secundarias y estadísticas** para contextualizar el objeto de estudio, recogiendo datos sobre hábitos y expectativas de los jóvenes en España y en Europa en relación a las TICs.

Usos, hábitos y valoraciones de los jóvenes en torno a las TICs

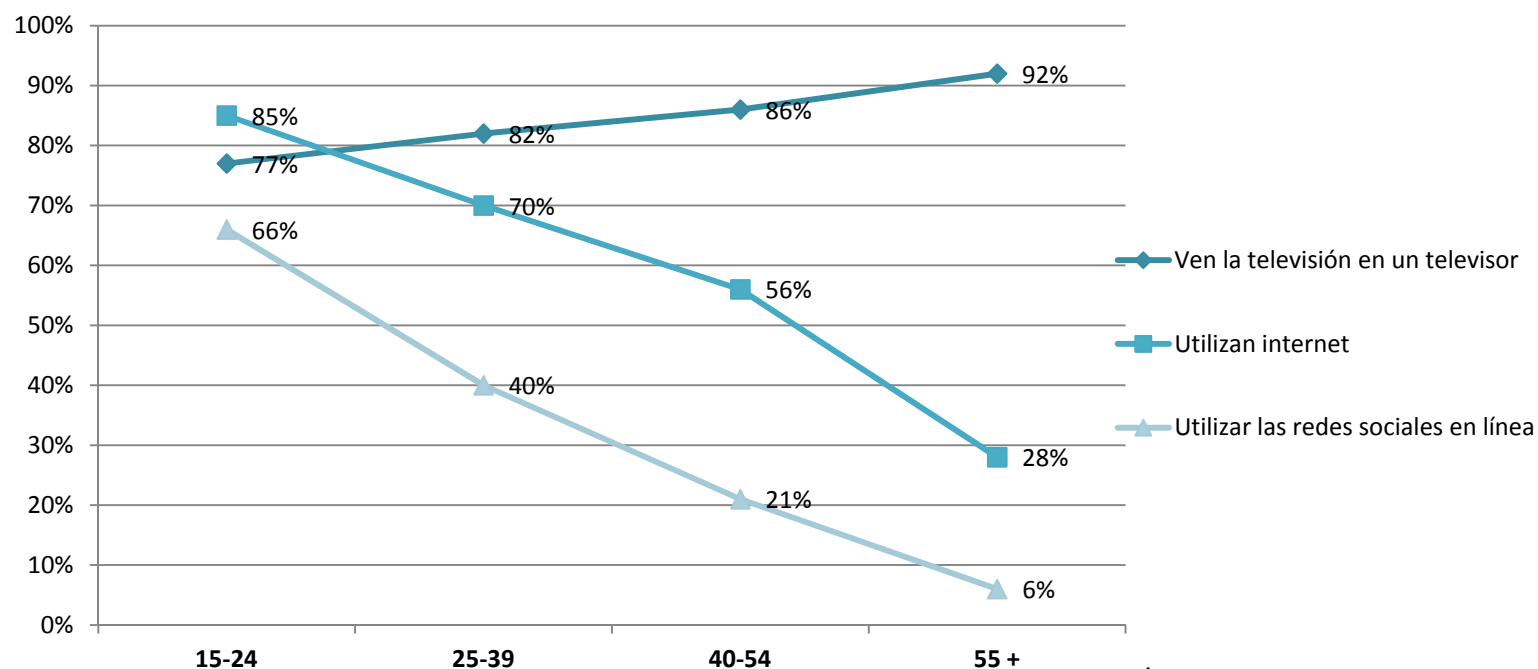
- La población joven, y muy en especial los más jóvenes, tiene **usos más intensivos** de Internet que el resto de la población*:
 - el 94,5% de los jóvenes entre 16-24 años ha utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses
 - el porcentaje desciende al 83,5% en el tramo de edad 25-34
 - el dato, para la población general, es del 65%

**Datos INE, 2013*

Usos, hábitos y valoraciones de los jóvenes en torno a las TICs

- Los datos para la UE también muestran que **la población joven es la que más usa Internet y las redes sociales:**

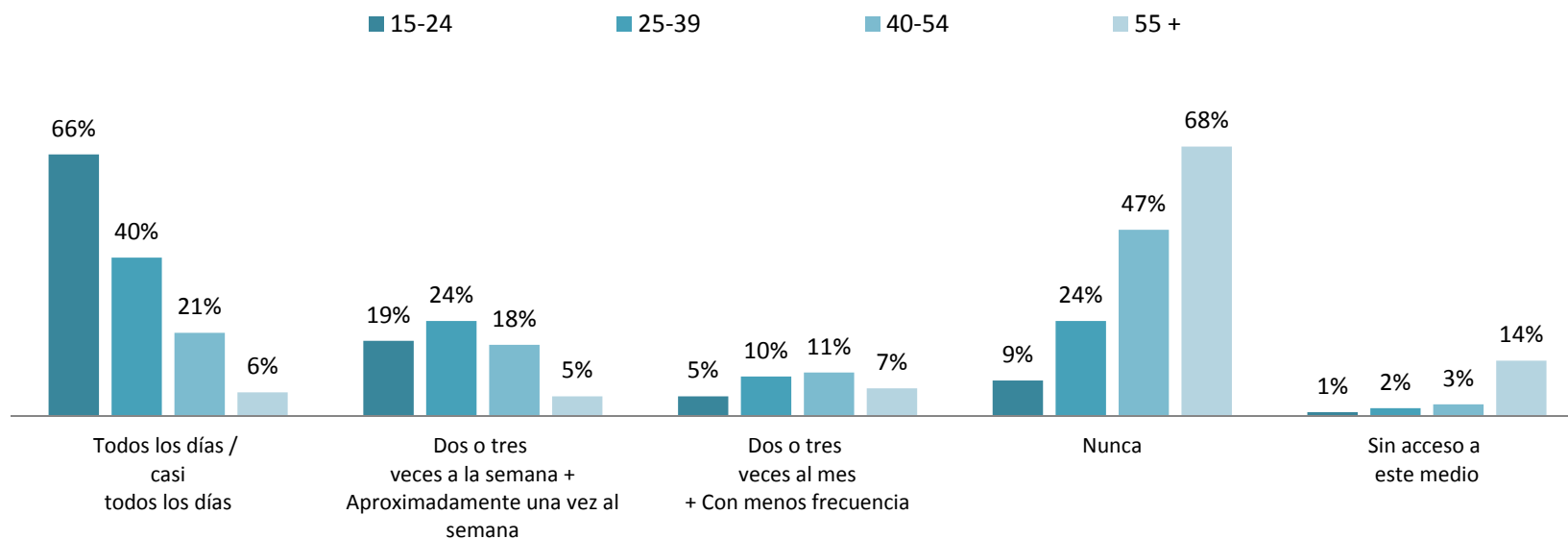
Porcentaje de personas por edad que todos o casi todos los días...



*Datos UE, 2012

Usos, hábitos y valoraciones de los jóvenes en torno a las TICs

Frecuencia de uso de redes sociales, por edad



La franja de edad 15-24 es la que realiza un uso más habitual de las redes sociales y, a medida que aumenta la edad, aumenta la proporción de quienes no las usan “nunca”.

Usos, hábitos y valoraciones de los jóvenes en torno a las TICs

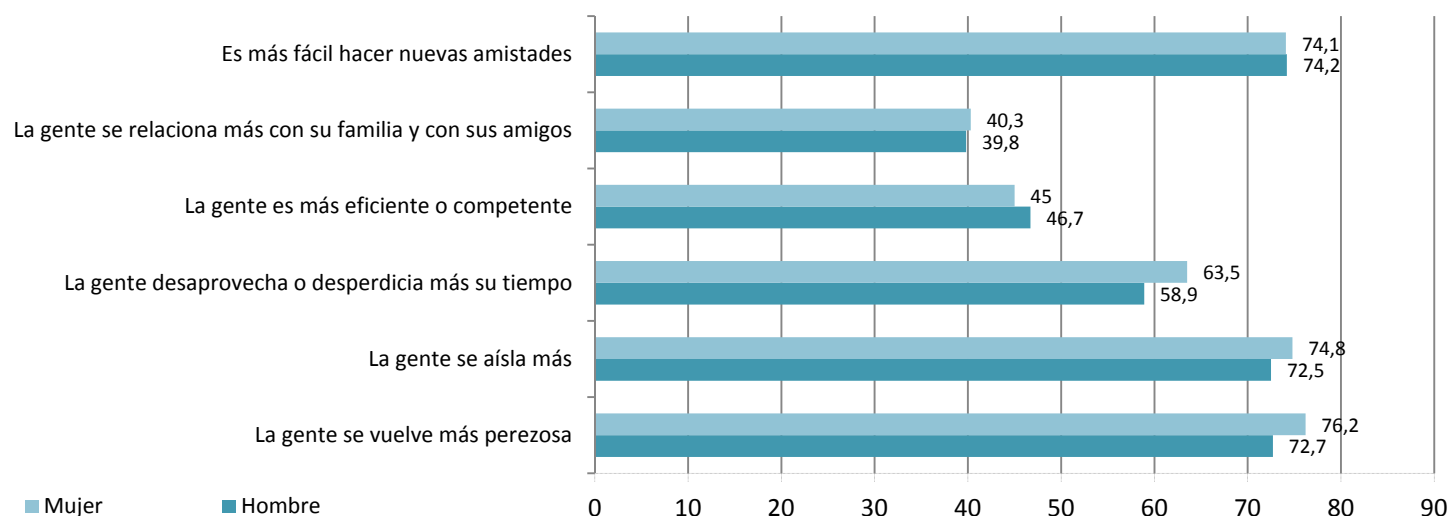
La utilidad de Internet. 12-18 años. 2009. (%)

Pasar el rato	95,1
Compartir contenidos propios	81,9
Saber lo que ocurre	81,8
Encontrar información necesaria	80,2
Hacer amigos	67,5
Hacer los deberes mejor	61,4
Decir lo que pienso	55,3
Aprender mejor, sacar mejores notas	40,3

El uso intensivo de Internet se ve reforzado por el alto reconocimiento que obtiene como medio de entretenimiento y de circulación de información.

Usos, hábitos y valoraciones de los jóvenes en torno a las TICs

Influencia de las nuevas tecnologías sobre las personas y sus relaciones, según sexo (15-29 años), 2011 (%)



Las cifras muestran las contradicciones y dualidades que se plantean en las relaciones mediadas por las TICs: *facilitan hacer nuevas amistades o hacen que la gente se aísla más* son respuestas prácticamente igual de significativas.

Usos, hábitos y valoraciones de los jóvenes en torno a las TICs

Cosas a las que se dedica menos tiempo por utilizar Internet.
Respuesta múltiple (15-29 años), 2011 (%)

	Total	15-19	20-24	25-29
Ver la tele	47,2	49,3	49,2	44,0
Estar sin hacer nada	45,7	48,5	48,0	41,7
Buscar información en bibliotecas, catálogos, guías...	27,0	11,8	26,3	26,1
Leer	25,1	33,1	24,0	20,4
Dormir	18,8	22,9	18,6	15,9
Ir al cine	18,8	19,0	20,7	17,1
Estudiar	18,4	5,8	19,1	7,3
Oír la radio	18,1	20,4	21,2	13,9
Practicar algún deporte	17,4	28,9	17,7	14,9
Pasear, salir con amigos/as, estar con la pareja	16,7	20,4	17,0	13,8
Trabajar	4,5	20,7	4,9	3,3
Ninguna	17,6	13,8	17,9	21,4
TOTAL (N)	1.301	363	429	509

Según los propios jóvenes, apenas hay **cosas que se dejen de hacer** por dedicar tiempo a Internet. Tan solo “ver la tele” (además de “estar sin hacer nada”) se reduce de forma significativa

El discurso grupal de los jóvenes

LOS DOS EJES DEL DISCURSO:

- Las TICs y las redes sociales son entendidas por adolescentes y jóvenes como el lugar en el que hay que estar. Facilitan nuevos procesos de integración, pero también de exclusión.
- Frente a la fantasía de los “nativos digitales” (generación que traería incorporados actitudes y conocimientos para desenvolverse en las redes), son precisos complejos procesos de aprendizaje y de alfabetización digital.

El lugar en el que hay que estar

- Quien no esté ni use redes sociales quedará fuera de un grupo que se autogestiona y organiza a partir de la tecnología, y que comprende los procesos de marginación de los “raros” o “independientes” (aunque quizás también sean los “auténticos”)
- Incluso la falla temporal de los dispositivos (del ordenador o el móvil) puede hacer sentir una verdadera incomunicación:
 - Todo pasa en las redes sociales
 - Las cosas que pasan fuera se gestionan y preparan en ellas
- No estar **integrado en las redes sociales**, incluso no estarlo en **tiempo real**, se interpreta como perder oportunidades en las relaciones personales: Hay que estar “**por si acaso**”.

Es preciso aprender las reglas y normas

- El *yo online* (dentro de la red) y el *yo offline* (fuera de la red, en la interacción presencial) se entienden como las dos caras de una misma moneda:
 - Las redes sociales facilitan que las personas más tímidas entren en el juego: eliminan la vergüenza, democratizan el flirteo, etc.
 - Se asume con naturalidad las oportunidades que ofrecen las redes sociales para mostrar diferentes partes de uno mismo. Uno es todos los *yoes*.
 - El *yo online* es tan *yo* como el *offline*: no es necesario, ni aceptable, mentir en la exposición *online*.
 - El *yo online* y el *offline* son elementos complementarios. Los jóvenes no se relacionan menos por pasar más tiempo en las redes sociales, sino de otra manera.
 - En redes, se asume estar participando de un juego (relevante, pero vivido sin trascendencia): se controla, se conocen las ventajas y riesgos, y se acepta que la participación compensa.
 - No importa perder parte de la intimidad. Se asume como normal porque todos lo hacen.

Lo que hay que aprender a manejar

- **EL RIESGO DEL ACOMODAMIENTO:**

- Las nuevas tecnologías permiten tenerlo todo a la distancia de un *click*.
- Si los dispositivos se constituyen en el centro de hábitos y necesidades (de relación, información, entretenimiento) podría darse una predisposición menos activa para interesarse, relacionarse, investigar, contrastar, informarse, comunicarse, etc.
- El *yo online* y el *offline* tienen que ser complementarios, no sustitutivos.

- **UNA DEPENDENCIA QUE NO PREOCUPA:**

- Puede generarse una dependencia:
 - Sin las TICS adolescentes y jóvenes se sentirían aislados, incomunicados, incompletos
 - No sabrían cómo rellenar rutinas, cómo integrarse o cómo socializar.
- Las redes pueden hacer que uno se sienta “más dependiente”; pero es una dependencia que no preocupa excesivamente porque es propia del tiempo en el que se vive.

Lo que hay que aprender a manejar

- **UNAS RELACIONES QUE HAY QUE ENTRENAR:**

- Los jóvenes hoy necesitan desarrollar nuevos conocimientos sobre el manejo de sus relaciones personales:

- La manera de gestionar la exposición de todos mis *yo*es.
- La adaptación a las cambiantes normas de *netiqueta*.
- La capacidad de atender a diversas circunstancias relacionales (alternando individual / grupal, presencial / virtual...)
- La manera de proceder frente a los sentimientos y afectos en las redes sociales, etc.

Lo que hay que aprender a manejar

- **UN DIFÍCIL EQUILIBRIO:**

- Las relaciones se hacen más complejas y hay que encontrar el equilibrio entre el estar siempre presente en las redes sociales, y que esa exposición no traspase los límites deseables de privacidad e intimidad.
- El yo *online* encuentra buena parte de su sentido en la observación por parte de otros y en la interacción con ellos. Por ello:
 - Hay que estar siempre localizable, disponible.
 - Es difícil poder rechazar o ignorar peticiones de comunicación o de amistad, obligando a una exposición pública continua, quizás no siempre deseada.

Lo que hay que aprender a manejar

- **TECNOLOGÍA QUE ACERCA Y ALEJA:**

- Las redes sociales permiten mantener el contacto con personas físicamente alejadas.
- Pero cuando se cae en el exceso y la dependencia, también aparecen malos usos:
 - Condicionar hábitos y rutinas en torno a las redes sociales puede aislar del entorno más cercano
 - El ruido comunicacional (charlas simultáneas, chats grupales, conversaciones abiertas, etc) genera relaciones de baja intensidad, superfluas, volubles, despersonalizadas.

Lo que hay que aprender a manejar

- **UNA COMUNICACIÓN DIFERENTE:**

- Frente al lenguaje oral y gestual de la comunicación cara a cara para transmitir las cosas “importantes y serias”, el lenguaje escrito *online* (con ayuda del audiovisual y los emoticonos) genera una comunicación distinta:
 - Flexible, tendente a la intrascendencia y a la anécdota.
 - Con posibilidad de revisión y corrección del mensaje y de controlar la respuesta, proyectando una imagen más pausada y consciente.
 - Que deja huella (los mensajes y las conversaciones de *WhatsApp* permanecen en el teléfono), lo que permite las rememoraciones.

El balance global

- Estar integrado con y en torno a la tecnología muestra la capacidad de adaptarse a los cambios y al progreso.
- A la vez, la obsolescencia tecnológica como estrategia de la industria de las TICs, provoca la constante necesidad de renovarse y “estar a la última”.
- Todo ello puede llegar a saturar: flujo de información inmanejable, el ruido que se apodera de la comunicación...
- Pese a todo ello, el discurso mayoritario de adolescentes y jóvenes es positivo:
 - Disfrutan de las ventajas y las comodidades que les ofrecen las redes sociales.
 - Pagan con aparente gusto lo que interpretan como contrapartidas menores.

El balance global

Todo lo anterior se ve influido por otros elementos relevantes que subrayan la especificidad de la comunicación mediada por las TICs

- La **seguridad de la información** volcada en las redes: el perfil que se comparte se asume como público y controlado por las grandes corporaciones de la comunicación, intermediarios con un acceso a la información personal (que se desconoce o no se puede dimensionar).
- La **memoria gráfica** que queda : el perfil público está inundado de imágenes de la propia vida, como un escaparate vivo del día a día, una memoria gráfica de los sujetos.
- La **gratuidad de los canales** empleados para comunicarse: los canales de conexión, interacción e intercambio son gratuitos o tienen un coste mínimo (tarifa plana), lo que también impacta sobre las formas de acceso y sobre el empleo de los dispositivos de comunicación.

JÓVENES Y COMUNICACIÓN

LA IMPRONTA DE LO VIRTUAL

