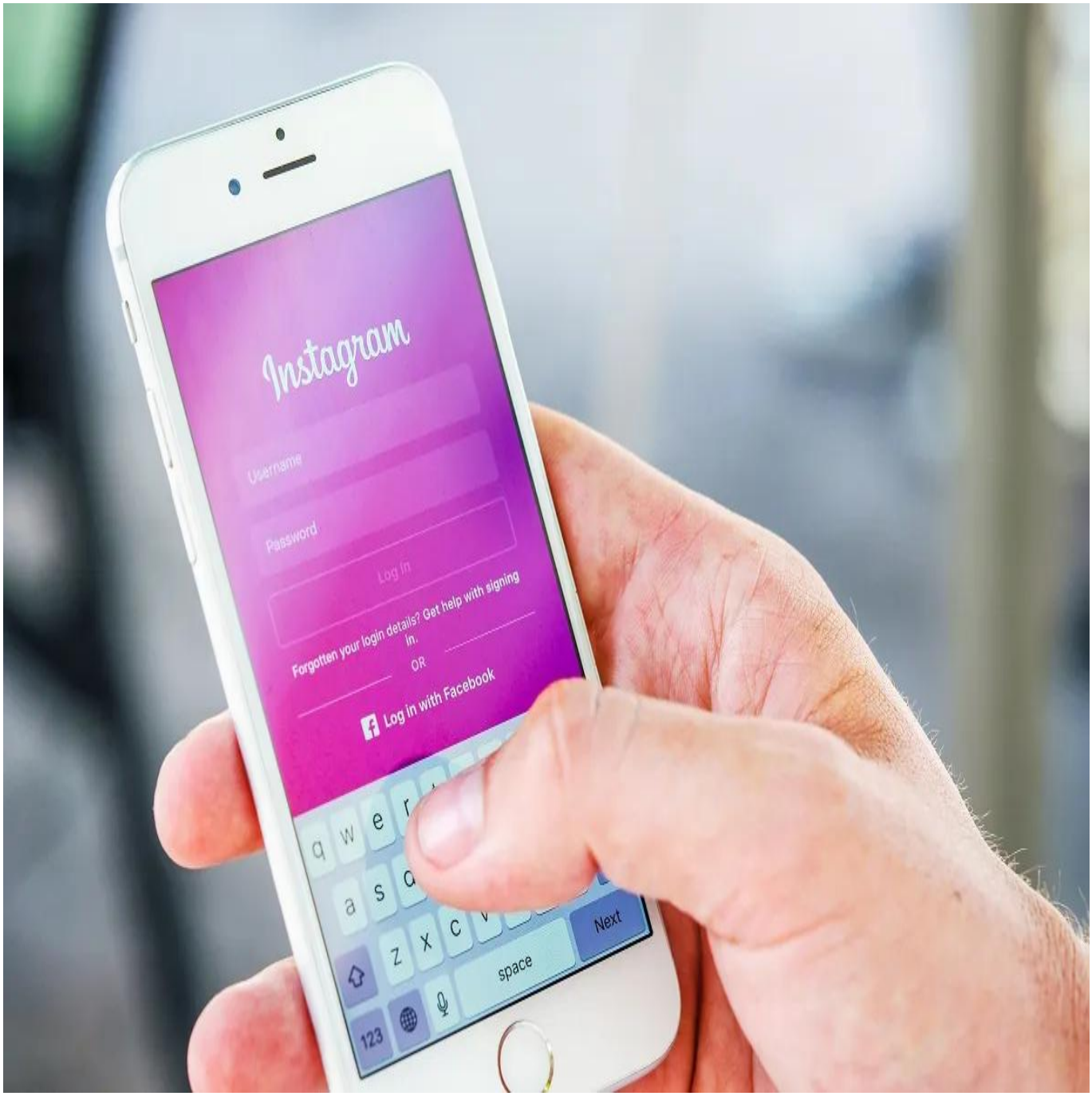



**Los adolescentes actuales han pasado toda su vida conectados. Son la primera generación realmente nativa digital. Y, sin embargo, un porcentaje de los mismos está comenzando a abandonar sus perfiles en las redes sociales, fruto de lo que parece un cansancio de las exigencias que impone la vida social digital.**

Qué duda cabe en que hay una relación directa entre la edad y el uso de redes sociales. Cuanto más joven es la persona, más tendencia muestra a estar más tiempo conectada. Según los datos proporcionados por IAB, el 56% de los españoles mayores de 45 años no tiene perfil en ninguna red, frente al 32% del grupo entre 30 y 45 años, y el 13% de los menores de 30.

Y es que, cuanto más tiempo ha estado presente internet en la vida de alguien, más probabilidad existe de que la tecnología sea una faceta inseparable de su existencia. Por otro lado, los más mayores hemos llegado

al mundo digital después de haber pasado hasta bien entrada la vida adulta en un entorno desconectado.

La denominada Generación Millennial, que comprende a las personas nacidas desde principios de los ochenta hasta la primera mitad de la década siguiente, conoció internet desde su infancia o primera adolescencia, y se puede afirmar que es una generación puramente tecnológica.

Sin embargo, la que sigue, la Generación Z –los nacidos a partir de 1995- es aquella que comprende a los nativos digitales puros, es decir, las personas que siempre han vivido en una sociedad conectada.

No obstante, y a pesar de la tecnofilia que comparten sus miembros, cada una de estas dos generaciones presenta rasgos propios específicos. Se trata de aspectos dignos de atraer el interés de los sociólogos. Centrándonos en los más jóvenes, en los últimos dos años han manifestado una tendencia de alejarse de las redes sociales, a pesar de ser la generación más digital de la historia.

## Retrato de la Generación Z

Los miembros de esta generación no han conocido una vida sin dispositivos inteligentes a su alcance. El haber crecido con un acceso sin límites a un mundo de información a través del teléfono inteligente que llevan en su bolsillo, ha condicionado todos los aspectos de su vida: desde cómo se relacionan, hasta como aprenden o consumen.

Por descontado, la Generación Z está estrechamente ligada a las redes sociales, y se conectan sobre todo desde terminales móviles. De acuerdo con Origin, el 91% de los jóvenes estadounidenses es usuario habitual de al menos un medio social. Además, el 51% los utilizan de forma continua y los mezclan y combinan con otras formas de relacionarse con su entorno.

Otro estudio, esta vez realizado por Common Sense, muestra como entre 2012 y 2018 el porcentaje de adolescentes de EE.UU. que dispone de su propio *smartphone* se ha doblado, del 41% al 89%.

Los jóvenes americanos son en mayor medida usuarios de Instagram, Snapchat y Facebook. En esto de diferencian de sus equivalentes españoles, cuyas preferencias de uso se inclinan más hacia WhatsApp, YouTube, además de Instagram.

## Desmontando mitos

Al estudiar el comportamiento de una generación tan intensiva tecnológicamente, se pueden asumir una serie de suposiciones sobre sus miembros que no siempre se corresponden con la realidad. Un informe de Ad Age, que ha estudiado a los adolescentes de Reino Unido, Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda, desmonta varios mitos sobre la Generación Z.

Por ejemplo, se puede llegar a pensar que estos nativos digitales atienden a cualquier mensaje recibido por un medio digital. Pero lo cierto es que, al haber tenido siempre una vida online, han aprendido a ignorar todo el ruido digital que supone la información que no es de su interés. De esta forma, discriminan y se quedan con lo que es realmente relevante para ellos.

También se podría pensar que son ajenos a cualquier formato tradicional, como el libro o la televisión, y que solamente consumen medios digitales. Otra vez, la realidad es más compleja. Son capaces de cruzar la línea entre lo digital y lo analógico cuando les apetece. Combinan sus actividades online con otras como ver televisión, aunque quizá el dato más interesante es que el 77% de la muestra lee libros en papel.

Habrá quien piense que, después de estar todo el tiempo haciéndose *selfies* y compartiendo información en Instagram, no les preocupa su privacidad. Pues les preocupa y mucho. El 58% no está dispuesto a confiar a Facebook sus datos personales y el 78% restringe la información sobre su localización en las apps que se descarga en sus dispositivos.

Por cierto, de acuerdo con Pew Research Center, a diferencia de la generación precedente, la mitad de los adolescentes actuales afirma que nunca o casi nunca comparten autorretratos en las redes sociales.

Otro falso mito es que estos jóvenes solamente compran online a través del móvil. Pero no: utilizan el *smartphone* para buscar productos, comparar precios o localizar establecimientos, pero a la hora de la compra efectiva, el 60% prefiere realizarla a través de un PC o de un ordenador portátil.

## Aparece rechazo a las redes sociales

Los adolescentes, en general, ven de forma positiva las redes sociales en sus vidas. Según los datos aportados por el estudio de Origin, el 71% de los encuestados piensa que les ha ayudado a hacer amistades, el 61% considera que han ganado confianza en sí mismos gracias a ellas, y el 66% las juzga como un buen vehículo para conectar con otras personas.

Pew Research Center presenta unas cifras igualmente positivas: el 81% de los adolescentes norteamericanos sienten que los medios sociales les unen más a sus amistades; el 69% lo ven como un medio para interactuar con grupos de gente más diversa; y finalmente, el 68% de los encuestados sienten que a través de estas redes sociales recibirán un apoyo cuando las cosas les vayan mal.

Y, a pesar de esta visión tan positiva, la Generación Z lleva dos años manifestando un abandono, a veces temporal y otras definitivo, de las redes sociales. Puede ser solamente una tendencia efímera, pero ha llamado la atención de los expertos y de los medios de comunicación generalistas.

Si volvemos al informe de Origin, encontramos el dato sorprendente de que más de la mitad de estos nativos digitales se ha alejado de las redes sociales temporalmente, y que el 34% han borrado su cuenta del todo. Suena increíble, teniendo en cuenta que son la generación digital por excelencia.

Si analizamos este dato en función de las redes sociales abandonadas, se lleva la palma Facebook, que ha sido dejada de usar temporalmente por el 64% de los encuestados, seguida en importancia de Instagram (44%) y Snapchat (33%).

En el apartado de bajas definitivas de perfil, vuelve a destacar Facebook, acompañada de WhatsApp, Instagram, Twitter, WhatsApp y Tinder.

## ¿Por qué abandonan?

Los adolescentes que han confesado haber dejado las redes sociales achacan esta decisión especialmente a lo absorbente que es este medio, que reclama una atención casi constante, y a la presión psicológica que impone este mundo de relaciones virtuales.

En concreto, un 41% de los jóvenes encuestados por Origin considera que le dedica demasiado tiempo a los medios sociales. Por otro lado, más de la tercera parte piensa que encierran demasiada negatividad.

Casi la quinta parte de la muestra siente que recibe demasiada presión para atraer la atención en las redes sociales. Es un medio muy exigente, que mide el éxito social del usuario en función de los “me gusta”, y que

demanda del adolescente una actividad frenética de generación de contenido e de interacción con los demás. De hecho, algunos reconocen que dejar las redes les ha proporcionado un alivio, al no tener que entrar ya continuamente a revisar la actividad.

El informe de Pew Research Center también resalta varios elementos negativos que genera el uso de redes sociales, en la misma línea que los anteriores. Un 43% de los jóvenes consultados siente presión para publicar contenido que les haga atractivos ante los demás. Y otro 37% también se siente presionado para aportar contenidos que reciban muchos "me gusta".

Una joven londinense, Mary Amanuel, que abandonó las redes sociales a los dieciséis años, en una entrevista para el diario *The Guardian* explica gráficamente en qué consiste esta presión: *"empiezas a hacer cosas deshonestas. Como en Instagram: yo estaba ofreciendo una versión deshonesta de mí, en una plataforma donde la mayoría de la gente ofrece versiones deshonestas de sí mismos".*

## Un peligro para los más vulnerables

Las redes sociales crean una mayor dependencia entre los adolescentes más vulnerables. El estudio realizado por Common Sense, citado arriba, ha clasificado a los jóvenes de la muestra utilizada en función de un índice de bienestar socioemocional (*social-emotional well-being*), que ha sido generado en función de variables como la alegría, la depresión, la soledad, la confianza, la autoestima y las relaciones parentales.

De esta manera, se analizan y comparan las relaciones con los medios sociales de personas con un bienestar socioemocional elevado y las que lo tienen más bajo.

Los medios sociales son mucho más importantes en las vidas de los adolescentes con un índice más bajo en la escala. Para un 46% de este grupo son "extremadamente" importantes o "muy" importantes, mientras que solamente son así valorados para el 32% del grupo con el índice de bienestar socioemocional más alto.

Igualmente, las personas socioemocionalmente más vulnerables tienden en mayor proporción a asociar las redes sociales con aspectos negativos. Por ejemplo, el 70% de estos, a menudo se sienten excluido o percibe que no se cuenta con ellos cuando utilizan medios sociales, mientras que solamente el 29% del otro colectivo se siente así.

Más del 40% de los que están en la base de la escala han borrado contenidos suyos cuando han comprobado que no tenían demasiados "me gusta". Solamente el 13% de los socioemocionalmente fuertes reconoce haber hecho eso.

Entre los vulnerables, el 43% se siente mal consigo mismo cuando nadie hace comentarios a sus aportaciones en redes, frente al 11% del otro grupo.

Finalmente, los adolescentes con problemas socioemocionales han sufrido ciberacoso en mayor proporción que los demás, un 35% de los mismos, cuando los de la cabeza de la escala tan solo representan el 5%.

## ¿Un cambio de paradigma?

No podemos saber todavía si la Generación Z está marcando un antes y un después de las relaciones que establecemos con las redes sociales, o si las tasas que presentan de abandono tan solo constituyen una tendencia efímera temporal.

Amy Binns de la Universidad de Central Lancashire, en declaraciones a *The Guardian*, sí que observa un

cambio de actitud de los adolescentes en relación con la privacidad, respecto de las generaciones anteriores: *“los jóvenes quieren alejarse del pueblo del cotilleo desde el visillo, donde todo el mundo lo sabe todo sobre ti”*.

Esto les lleva a no compartir demasiada información personal en las redes sociales o a hacerlo de forma estratégica: *“estás pintando el cuadro acerca de quién eres y de tu imagen. Es tu propio escaparate o marca”.*

*Photo by energepic.com from Pexels*