Juventud y TIC: Hábitos y expectativas

POR **ANA MARÍA RUBIO CASTILLO**



Jóvenes y comunicación: la impronta de lo virtual

Ignacio Megías Quirós y Elena Rodríguez San Julián

Madrid: CRS; FAD, 2014, 207 p.

ISBN: 978-84-92454-24-2

Las nuevas tecnologías y las redes sociales han pasado a formar parte activa de las estrategias emocionales, las expectativas y los referentes simbólicos de la juventud; así lo demuestra el monográfico *Jóvenes y comunicación: la impronta de lo virtual*, de la colección de investigaciones del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud perteneciente a la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD).

La argumentación que en esta obra se desarrolla toma como punto de partida la expresión ‘nativos digitales’, asumiéndola como un determinismo tecnológico que invisibiliza los procesos de aprendizaje y socialización que experimentan la juventud en torno a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), a la par que atribuye a estos particularidades que no les son únicas.

Fundación Telefónica
Telefónica

Frente a esto, y basándose en una investigación multimétodo, en este monográfico se definen las TIC como herramientas cuyo uso requiere de una verdadera educación sobre la gestión de las emociones y los sentimientos, así como de instrumentos que no solo usamos, sino que también habitamos y nos habitan. En este sentido, en la introducción, Amparo Lasén explora las nociones de re-mediación, inscripciones digitales e intimidades mediadas, para dar cuenta de que la presencia permanente y los usos de los medios digitales como formas de agencia compartida entre personas y tecnologías producen vínculos y apego, a la vez que reconfiguran el afecto, las relaciones y el cuerpo.

Uso de las TIC por los jóvenes, buscando el equilibrio

Junto con la introducción, el monográfico se estructura en dos grandes bloques: el primero contextualiza la investigación a través de un análisis de datos -extraídos de diversas fuentes secundarias y estadísticas- sobre hábitos y expectativas de los jóvenes en España y en Europa en relación a las TIC; el segundo bloque, mediante la reproducción de *verbatims*, describe y analiza los discursos extraídos de la parte cualitativa -como método fundamental de recogida de información para esta investigación, para la que se realizaron ocho grupos de discusión y tres triangulares-.

En el bloque referido al análisis de datos secundarios, entre otras aportaciones de interés, se muestra que la población más joven (16-24 años) es la que más usa Internet y las redes sociales, de tal manera que a medida que aumenta la edad, disminuye su uso intensivo. Respecto a las finalidades de uso, la población de 15 a 29 años utiliza Internet fundamentalmente para enviar y recibir correos electrónicos (80,4 por ciento), participar en redes sociales (77,1 por ciento), buscar información (73,9 por ciento) y descargar audiovisuales (62,6 por ciento).

Otro dato a señalar es que la proporción de jóvenes que manifiestan que las TIC ‘facilitan hacer nuevas amistades’ (74,1 por ciento) es muy similar a la que indica ‘que hacen que la gente se aísle más’ (73,6 por ciento). Estas cifras permiten vislumbrar la complejidad de los flujos relacionales en la que se enmarca la investigación, incentivada en gran medida por la búsqueda continua del equilibrio entre la necesidad de estar siempre *on line* y la de procurar que esa exposición personal no traspase los límites deseables de privacidad e intimidad *off line*.

Jóvenes y redes sociales

La segunda parte, que recoge la fase cualitativa de la investigación, revela dos principios teóricos a tener en cuenta. El primero hace referencia a las redes sociales como el lugar en el que hay que estar, de tal manera que estas procuran nuevos procesos de integración y exclusión entre adolescentes y jóvenes; así, aquellos jóvenes que no usen ni tengan presencia en las redes sociales sufrirán la amenaza del olvido ante un grupo de pares que se organiza a partir de las posibilidades que ofrece la tecnología, donde queda naturalizada la estigmatización de las personas que no pueden u optan por no usar las redes sociales, adjudicándoseles muchas veces las etiquetas de raros, independientes o auténticos.

Fundación Telefónica
Telefónica

De la misma forma, la ausencia temporal en las redes sociales -por ruptura de algún dispositivo electrónico o por olvido del mismo en casa u otro lugar- puede suponer una verdadera 'incomunicación', dado que se asume que las relaciones con los grupos de pares se gestionan a través de ellas, por lo que desde esta tesitura, la ausencia temporal puede suponer que uno o una quede fuera de las cosas que están ocurriendo.

El segundo principio teórico versa sobre el impacto que tienen las TIC en todas las dimensiones referidas a la gestión del yo. No estar conectado en tiempo real a las redes sociales se percibe como un desaprovechamiento de las posibilidades tecnológicas que brindan las TIC. Así, el yo *on line* y el yo *off line* se entienden como dos plataformas distintas para expresar la personalidad, que dependen de las ventajas y desventajas del lenguaje que prime en cada acción social. Por ejemplo, el uso de las redes sociales facilita algunos procesos comunicativos, permitiendo que personas consideradas como tímidas en la comunicación cara a cara se integren y se relacionen con facilidad en la comunicación virtual. De esta forma, el yo *on line* es tan auténtico como el yo *off line*, pues no actúa uno en detrimento del otro, sino como complemento.

La naturalización de la presencia de las redes sociales en los procesos y estrategias de relación implica una asunción de estas como un juego en el que continuamente se están renegociando los límites de lo público y lo privado en lo referido a la modulación y gestión de la intimidad. Un juego que tiene continuidad, porque esta intimidad modulada es un precio a pagar, lo que no implica que a los usuarios no les preocupe su privacidad; pero sí que probablemente nos encontremos ante un nuevo escenario en el que la intimidad trascienda la esfera de lo personal o que al menos, supere los valores que tradicionalmente se han asociado a la exposición pública *off line.*

Fundación Telefónica
Telefónica