

# Tendencias en la investigación de los nuevos medios y de los usuarios juveniles

*Este ensayo nos ofrece una revisión acerca de las agendas de investigación, tanto del sector académico como el administrativo, en torno a cómo las nuevas generaciones se aproximan a los llamados “nuevos medios”, y cómo se da la construcción cultural de las sociedades desde las mediaciones que estos introducen.*

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Una primera aproximación de las agendas investigativas del mundo académico y administrativo<sup>1</sup>, interesados en la evolución social y en los perfiles de las nuevas generaciones arroja dos vectores de análisis: una primera sobre la forma en que la gente usa e interactúa en las nuevas plataformas de medios y redes sociales, y otra segunda centrada en la construcción personal y/o cultural de las sociedades a partir de las nuevas mediaciones.

David Zemmen en un repertorio sobre Juventud y Nuevos Medios (2012) realiza un amplio arqueo y concentra principalmente su atención en la configuración de la identidad de los jóvenes, es decir, de las nuevas generaciones de nativos digitales, que han estado más expuestos a los nuevos condicionamientos de la Sociedad Red en su niñez y adolescencia.

Destaca que los enfoques generales de análisis durante estos últimos cuarenta años –tomando la referencia de Internet– han estado permeados tanto por las teorías materialistas

–sobre todo marxistas– como por las postestructuralistas de corte psicológico e histórico. Pero a la vez advierte que hay una reconceptualización de la juventud, ya que los nuevos medios han cambiado el campo y la segmentación del ciclo juvenil y de la correspondiente adopción de los medios.<sup>2</sup>

Entre los estudiosos interesados por esta problemática se señalan los prácticos motivados por averiguar la forma de utilizar los medios para entrar en la vida de los jóvenes, los educadores, profesores, incluso los líderes religiosos, que se preguntan sobre las nuevas configuraciones identitarias para dirigirse a las nuevas generaciones y focalizar sus estrategias de intervención. A ellos hay que añadir a los investigadores, sobre todo académicos, que tratan de analizar y comprender los procesos en marcha, comparar y contrastar datos de estudios empíricos para desarrollar modelos teóricos y explicativos más complejos e innovadores.

Cualquier exploración de este campo de estudios, más avanzados en las sociedades occiden-

## DOSSIER

tales postindustriales o sociedades orientales occidentalizadas, plantea la cuestión de si estos mecanismos de construcción identitaria operan del mismo modo en otros contextos culturales de América Latina, África o Asia, teniendo en cuenta las diversas temporalidades y los ritmos asíncronos de adaptación al nuevo entorno.

Por otra parte, el problema de la delimitación etaria con el recurso al concepto de juventud como ciclo de vida o a las diversas clasificaciones generacionales, a veces asociadas a pautas innovadoras de consumo, vuelve aún más fluidas las fronteras, a veces perfiladas por los mismos productores de los medios y moduladas para el consumo con objetivos de mercadeo.

Esta conceptualización difusa salta en la misma descripción de los “nuevos medios”, pues vemos que oscila a lo largo de estos últimos veinte años a partir del solapamiento y la interacción de los medios masivos tradicionales con los medios digitales hasta la reconfiguración impuesta por Internet, la creación de la web y la expansión última de la comunicación móvil.

Obvia decir que la novedad de los nuevos dispositivos es relativa a la perspectiva de los inventores, innovadores, difusores y adaptadores; es decir, al momento en que se sitúa el observador, pues hay un proceso permanente de remediación entre nuevos y viejos dispositivos con cambios de formato y escala. Piénsese en la adopción de los computadores, los laptop, los teléfonos móviles o en los dispositivos de resguardo como diskettes, CD, DVD, pendrive, etcétera, sometidos al principio de Moore por el escalamiento de la memoria, a la velocidad de transmisión o capacidad de cómputo, pero sin que implique un cambio substantivo del entorno digital.

Hechas estas advertencias sobre las diferencias en la teorización y/o construcción metodológica de los estudios que se mencionarán a continuación, veamos el panorama general del estado del arte.

## LOS TÓPICOS MÁS RELEVANTES

En primer lugar, siguiendo el antiguo consejo de Lazarsfeld, es procedente deslindar la investigación administrativa con vocación comercial o política de la investigación social con un mayor interés académico y prosocial.

Abundan los trabajos y encuestas del primer tipo por las necesidades recurrentes de las industrias culturales y de las burocracias políticas, sin apenas avances en la explicación de los procesos y con metodologías poco transparentes. Por eso, privilegiamos el arqueo del segundo tipo de estudios.

Siguiendo a Zemmels, quien ha explorado las líneas de investigación prevalecientes, hay cinco rubros de problemas que han captado el interés de los investigadores. Nos centraremos en los cuatro primeros, ya que el quinto sobre las nuevas metodologías es transversal a aquellos.

- a. Los medios y la construcción de identidad.
- b. Los medios y la influencia en la sociedad.
- c. La reconceptualización de la niñez.
- d. Las transformaciones en la cultura juvenil.

**a. Los medios y la construcción de identidad**

Partiendo de la premisa consensuada por los investigadores de que la niñez y la juventud son el periodo clave de la formación de la identidad, gran parte de los estudios se han focalizado en el análisis de las construcciones identitarias de edades entre 12 y 17 años, que se caracterizan por ser una población muy conectada, abrazar el *multitasking* y ser más consumidora de nuevos medios (Buckinham, 2008 b).

Las perspectivas interpretativas, sin embargo, varían dada la diversidad de enfoques disciplinares y objetos diferenciados de análisis: la subjetivización inspirada en Lacan (Zizek, 1989), la identidad virtualizada (Turkle, 1995), la reconstrucción del entorno experiencial (Butler, 1997), las configuraciones sociológicas en la sociedad red (Castells, 1997) y las prácticas sociales correspondientes a las diversas escalas micro o macrosociales.

**Obvia decir que la novedad de los nuevos dispositivos es relativa a la perspectiva de los inventores, innovadores, difusores y adaptadores; es decir, al momento en que se sitúa el observador, pues hay un proceso permanente de remediación entre nuevos y viejos dispositivos con cambios de formato y escala.**

**b. Los nuevos medios y la influencia en la sociedad**

Cada vez que surge un nuevo medio, entre quienes analizan sus bondades y su nocividad aparecen posiciones polarizadas, que recuerdan los antiguos debates sobre los medios masivos entre apocalípticos e integrados, al decir de Umberto Eco. Así mientras unos han recalcado los aspectos distópicos sobre globalización y violencia (Appadurai, 1996; Grimes, 2008), otros auguran una profundización democrática, basada en las capacidades de autoexpresión que desarrollan las nuevas generaciones (Dalberg, 2001; Livingstone, 2009).

Por otra parte, frente a las potencialidades productivas de las TIC, pregonadas por las empresas industriales y educativas, se esgrimen las taras derivadas de la adicción, aislamiento conductual, desviación sexual, obesidad y otras (Dromer y Livingstone, 2008).

**c. La reconceptualización de la niñez y sus nuevas habilidades**

Desde la crítica realizada por Heny Jenkins (1998) según la cual el discurso de la niñez representa una noción fantástica, manejada por los adultos para controlar la juventud, se ha tendido a una reconceptualización de las etapas etarias, teniendo en cuenta las nuevas transformaciones contextuales de estos últimos cincuenta años, pero aun así hay pocas evidencias empíricas sobre la forma como los jóvenes construyen y mantienen su configuración personal y su desarrollo en relación con su entorno social. Además, las tipificaciones han variado al considerar la faceta prosumidora de los usuarios.

Ante todo sorprende la retahíla histórica de denominaciones generacionales sobre todo utilizadas en la cultura anglosajona: la generación silente -1922/1945-, Baby boomers -1946/1964-, Gen X -1965/1980-, la generación Net -1981/2000-, la generación M, los Millennials -2000...-, estos últimos considerados nativos digitales, pero ya despunta la generación Z.

Sherry Hsi (2007) señala que las generaciones de nativos digitales se caracteriza por una profusión de prácticas digitales y capacidades como:

- Construir sus propias destrezas y conocimiento en los nuevos espacios digitales.
- Adoptar diferentes identidades y múltiples roles, especialmente en la redes sociales y en los juegos virtuales.
- Co-construir una realidad social, estableciendo normas de participación.
- Apropiarse de las creaciones de los medios y de las expresiones en línea (reescritura o “remix culture”).
- Consumir multimedia creados por otros o creados por ellos mismos.
- Operar con múltiples recursos y tipos de medios, combinando el *multitasking* y los cambios frecuentes de atención.
- Trabajar con problemas complejos que requieren de tareas distribuidas en grupos para resolverlos.

La apropiación generalizada de estas destrezas representa sin duda un cambio del relacionamiento entre los medios y la juventud y a su vez en las relaciones intergeneracionales.

**d. Transformaciones en la cultura juvenil**

La progresiva incorporación de los jóvenes a la dinámica de producción de contenidos representa uno de los cambios más fundamentales en la mencionada relación entre medios y juventud, pues se trata de una ruptura en la dialéctica productor-consumidor. En esta perspectiva hay también una creciente brecha intergeneracional por la tendencia hacia los *self-media* o *me media*, en que las nuevas generaciones son más proficientes que las adultas, hasta el punto de que se produce una contienda entre las estrategias parentales y las tácticas juveniles (Press and Livingston, 2006).

Las actuales investigaciones sobre el uso de una tecnología en particular no posibilitan aún comprender los complejos moldes de las prácticas cruzadas o del manejo convergente de varias plataformas. Los recientes y numerosos estudios sobre Facebook,<sup>3</sup> una de las plataformas más exitosas, o sobre los dispositivos móviles –smartophones–<sup>4</sup> adolecen de la mirada

**Cada vez que surge un nuevo medio, entre quienes analizan sus bondades y su nocividad aparecen posiciones polarizadas, que recuerdan los antiguos debates sobre los medios masivos entre apocalípticos e integrados, al decir de Umberto Eco.**

## DOSSIER

fragmentada en estancos y particiones que no hacen justicia a las prácticas sociales en su integralidad y simplifican los métodos de análisis.

La agenda de investigaciones se ha ido diversificando, además, atendiendo a los diversos emplazamientos en que los jóvenes siguen los procesos de socialización primaria o secundaria a medida que se incorporan a la vida social. Destacamos las siguientes líneas de investigación:

- a. Transformaciones en el hogar y en la familia.
- b. Transformaciones en las prácticas sociales.
- c. Transformaciones en las prácticas de aprendizaje.
- d. Transformaciones en la alfabetización digital (*media literacy*)

En suma, como observa Ito (2010), mientras el foco de atención de los nuevos medios sociales (“social media”) esté centrado en los procesos

de identificación, socialización y aprendizaje en cada transformación sociotécnica, seguirán manteniéndose como líneas primordiales de investigación los análisis de las comunicaciones juveniles, las mediaciones provistas por la asociatividad, la amistad, el juego inter pares, las formas de autopresentación, y la solución de las inquietudes de los mayores para proteger a las nuevas generaciones de sus propios riesgos en conductas y prácticas predatorias frente a otros. Nos encontramos, como diría Livingstone, con viejos problemas y nuevos retos, sobre todo en los países en que apenas estamos incorporando y digiriendo los nuevos medios.

**JESÚS MARÍA AGUIRRE**

Profesor Titular de la UCAB. Profesor de pregrado y postgrado de la misma universidad. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación* desde su fundación (1975).

## Riesgos, Crisis y Medios Sociales

Una revisión sistemática desde 2010 a 2017 en una muestra de doscientos estudios empíricos en cuarenta países revela que las investigaciones sobre los riesgos de los usuarios de las redes sociales están subrepresentados y que los efectos de las redes digitales son rara vez sometidos a discusión.

1. Hay una progresión lenta del número de estudios sobre riesgos y crisis, que antes apenas se consideraban.
2. Prevalen las muestras en escenarios ficticios o experimentales más frecuentemente con estudiantes.
3. Las plataformas más examinadas son Twitter, Facebook, los blogs y Youtube. En menor grado y en orden decreciente los “Message boards” o Foros, Instagram y Wikis. Con diferencias contextuales y funcionales, los medios tradicionales siguen siendo más creíbles en términos generales que los “social media” por la percepción de su profesionalismo y curaduría.

4. Entre las instituciones y actores más analizados aparecen los ciudadanos, en general, los gobiernos, las empresas e industrias y los estudiantes. Otras instancias significativas son las ONG, los periodistas, los relacionistas públicos y las organizaciones educativas.
5. La mayor parte de los estudios están en inglés y se concentran en asuntos de Norteamérica, Oeste de Europa y Este de Asia. Las referencias a Sudamérica o África responden a otros paradigmas de riesgos y conflictos, vinculados al desarrollo (igualdad de acceso, diversidad cultural...).
6. Apenas una docena de los doscientos estudios mencionan el término “digital divide” (separación, brecha, asimetría) y no llegan a un tercio los que analizan las combinaciones y complementariedad entre medios tradicionales y nuevos.

[Rasmussen Yoel & Oyvind Ihlen (2017): “Risk, Crisis and Social Media. A systematic review of seven year’s research”. En: *Nordicom Review*, pp. 1-17].

**NOTA:** El ensayo es deudor principalmente de las síntesis y repositorios bibliográficos de *Communications Research Trends* (A Quarterly Review of Communication Research, Santa Clara University,) del periodo 2012-2018, y del estudio de Rasmussen Yoel & Oyvind Ihlen (2017) "Risk, Crisis and Social Media. A systematic review of seven year's research". En: *Nordicom Review*, pp. 1-17. Es notoria la casi total ausencia de la producción en castellano, que dejamos para otra oportunidad.

## Referencias

- APPADURAI, A. (1996): *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- BUCKINGHAM, D. (2008): *Youth, identity and digital media*. Cambridge, M.A.: M.I.T. Press.
- BUTLER, J. (1997): *Excitable speech: a politics of the performative*. N.Y.: Routledge.
- CASTELLS, Manuel (2010): *El poder de la identidad*. 1 ed. Vol.2. Madrid: Alianza Editorial.
- DAHLBERG, L. (2001): "Democracy via cyberspace". En: *New Media & Society*, 3 (2), 157-177.
- DROTNER, K.; LIVINGSTONE, S. (2008): *The international handbook of children, media and culture*. London, Thousand Oaks, C.A.: Saage.
- ESQUEDA, Sofía (2009): La nueva antropología en Internet. En: *DEBATES IESA*, Vol. XIV, n°2, pp. 36-47.
- GRIMES, T., ANDERSON, J.A., y BERGEN, L. (2008): *Media violence and aggression: science and ideology*. Los Angeles, CA: Sage.
- HSI, Sherry (2007): "Conceptualizing learning from the everyday activities of digital kids". En: *International Journal of Science Education*. 29 (12), 1509-1529.
- ITO, M. (2010): *Hanging out, messing around, and geeking out: kids living and learning with new media*. Cambridge M.M.: MIT Press.
- JENKINS, H. (1998): "Childhood innocence and other modern myths". En: H. Jenkins (Ed.) *The children's culture reader*. N.Y. University Press, pp. 1-37.
- LIVINGSTONE, S. (2004): "Media literacy and the challenge of new information and communication technologies". En: *The Communication Review*, 7, 3-14.
- LIVINGSTONE, S., y HELSPER, E. (2010): "Balancing opportunities and risks in teenager use of the Internet: the role of online skills and internet self-efficacy". En: *New Media Society*, 12 (2), 309-329.
- PRESS, A. y LIVINGSTONE, S. (2006): "Taking audience research into the age of new media: old problems and new challenges". En: M. White & J. Schwoch (Eds.) *Questions of method in cultural studies*. London: Blackwell, pp. 175-220.
- TURKLE, S. (1995): *Life on the screen: identity of the age of Internet*. N.Y.: Simon and Shuster.
- ZEMMEL, David R. (2012): "Youth and New Media". En: *Communication Research Trends*. Vol. 31 (2012), n.4.
- ZIZEK, Slavoy (1989): *The sublime object of ideology*. New York: Verso.

## Notas:

- 1 El enfoque comercial y mercadotécnico de las empresas inunda la red de resultados efímeros y sin mayor análisis de la penetración y uso de las diversas plataformas, con el objeto de visibilizar sus productos, máxime si han tenido buena acogida. Son típicos los estudios de perfiles de adopción, inspirados originalmente en las investigaciones de difusión de las innovaciones de Everett Rogers y después replicados mecánicamente cada vez que surge una nueva aplicación (Por ejemplo: *Crossing the Chasm: Inside the Tornado*, de Geoffrey A. Moore-1991).
- 2 En Venezuela, autores como Sofía Esqueda prefieren hablar incluso de un cambio antropológico. Véase: "La nueva antropología en Internet". En: *DEBATES IESA*, Vol. XIV, n°2, pp. 36-47.
- 3 Véase: SOUKUP, Paul A. (2018): "Facebook: Changing the Face of Communication Research". En: *Communication Research Trends*, Volume 37, N° 1. Santa Clara University, Santa Clara, CA. USA.
- 4 Véase: SOUKUP, Paul A. (2015): "Smartphones". En: *Communication Research Trends*, Volume 34, N° 1. Santa Clara University, Santa Clara, CA. USA.