

EL MEDIO (MÓVIL) ES EL MENSAJE. ALGUNOS EFECTOS DE LA HIPERCONEXIÓN

Isabel Beneroso López
Co-Fundadora Input-Web

Fernando Silva López
Periodista. Social Media Manager
Co-Fundador InOut-Web

Marshall McLuhan (1911-1980) podría avanzar hoy en sus análisis tan conocidos en Teoría de la Comunicación a la vista de la aceptación y poder de las redes sociales en el universo de internet. Las nuevas herramientas de la comunicación convierten la información en un producto consumido por grandes grupos humanos, y lo hacen a tal velocidad que condicionan e incluso pueden modificar comportamientos, precipitar decisiones o determinar el presente y futuro de personas. El ser humano no está influido ahora solo por la velocidad de los mensajes sino también por los múltiples medios de difusión de esos contenidos.

La concepción de McLuhan del medio como una extensión del sistema nervioso humano es una certeza que, para algunos, contiene hoy en si mismo uno de los grandes retos para el ser humano que avanza en el uso de las nuevas vías de comunicación. Exponerse a participar y beneficiarse de la nueva conversación que facilitan las redes sociales es jugar a ser “cazador cazado”.

George P. Dvorsky (Canada, 1970), presidente del consejo de administración del Instituto de Ética y Tecnologías Emergentes, organización sin ánimo de lucro con sede en Connecticut (EE.UU), ha publicado en su blog en fechas recientes un interesante artículo que titula “Una nueva ecología digital está evolucionando, y los seres humanos se están quedando atrás”.

“El problema, sin embargo, es que este nuevo entorno digital cuenta con agentes que no sólo están tomando decisiones más rápido de lo que podemos comprender, sino que también están tomando decisiones de una forma que desafía las teorías tradicionales de financiación. En otras palabras, se ha tomado la forma de una ecología de la máquina -que incluye virtuales depredadores y presas”.

En la actualidad se distingue a los internautas entre nativos e inmigrantes digitales. Algunos comunicólogos suelen hacer la distinción con simpleza en función de la fecha

de nacimiento, aunque nosotros defendemos que las mencionadas denominaciones deben aplicarse en función del grado de asunción del manejo de las nuevas herramientas y el concepto que el sujeto tenga de la nueva conversación que facilitan las redes sociales, nunca según la edad biológica.

Los jóvenes, en su inmensa mayoría, han nacido con las nuevas tecnologías incorporadas a su crecimiento. De tal manera que se mueven como peces en el agua a la hora de manejar los nuevos instrumentos (ordenadores, tabletas, consolas, móviles). Sin embargo, a su fecha de nacimiento natural se le añade una segunda que corresponde a su incorporación al universo digital. Hoy podemos decir sin ninguna duda que los seres humanos nacemos dos veces, y las sensaciones que tenemos con la primera luz que vemos o el primer azote que recibimos se reproducen cuando navegamos por el mundo multirracial, cambiante, riquísimo en contenidos y experiencia, a veces cruel, que nos ofrecen Tuenti, Facebook o Twitter, por citar tres escenarios.

Nativos e inmigrantes nos enfrentamos a retos idénticos a los que hicieron frente nuestros antepasados, pero que en la actualidad son magnificados por la potencia de las vías de comunicación por la que transcurren muchos de nuestros actos. Entre esos retos figura la conversación familiar y la educación que merecen y necesitan los hijos, tan condicionadas por la tecnología actual como otras actividades como la política, el comercio o la investigación.

En este momento no debemos olvidar que los nuevos usuarios, que en este caso que nos ocupa serían los jóvenes, empiezan siendo pececillos en ese mar inmenso. Expertos en el manejo, cierto, pero neófitos a la hora de comprender la dimensión y consecuencias de sus actos, y desconocedores también de las concesiones que facilitan sobre su propia imagen. Encontramos aquí la primera y eterna ventaja de los padres frente a los menores, su madurez, infranqueable si no se deja vencer por la apabullante presencia de la tecnología en nuestras vidas.

Ocupémonos ahora del medio. La única "máquina" ha sido hasta hace bien poco el ordenador, un aparato de sobremesa o portátil que no suele quedar encendido si no estamos delante de él, ni tampoco va con nosotros en nuestros bolsillos. Sin embargo, el teléfono móvil lo está sustituyendo como fuente primaria de información para todos, especialmente para los jóvenes, uno de los dos sectores de población que nos ocupa en la presente reflexión.

A la movilidad del aparato se une otra característica señalada, su operatividad permanente. El teléfono móvil se ha unido a nuestro ser de una manera tan incontestable que reclama nuestra atención con mucha frecuencia. De tal forma que este propio medio puede llegar a convertirse por sí mismo en lo que en comunicación se denomina ruido, una interferencia que interrumpe la comunicación familiar.

En definitiva, indagamos en un fenómeno al que el ser humano se somete de forma voluntaria (si no contamos con la influencia de la presión social) en un momento crucial de su vida, ya hablemos de los padres y de las madres, comprometidos en la educación de sus hijos, o bien nos fijemos en los jóvenes, transeúntes por la etapa vital de la adolescencia, aquella en la que se conforma su carácter y personalidad.

Bien es cierto que estamos ante un fenómeno muy relevante que puede y debe ser abordado no sólo por los comunicólogos y psicólogos, sino que requiere el interés de campos tales como la pedagogía, el derecho, o la antropología, por citar las más significativas. Veámoslo, pues, desde un enfoque comunicacional.

ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DE ALGECIRAS

Ficha técnica:

Hemos realizado una encuesta a 705 adolescentes de la población estudiantil de Algeciras (Cádiz) entre los meses de abril y mayo del presente año 2013.

El universo al que se hace referencia es a individuos entre 12 a 20 años de edad, de ambos géneros, estudiantes de Educación Secundaria y Bachillerato.

La comunidad de estudiantes de Algeciras es de 5.759 adolescentes, de ESO y Bachiller. La muestra extraída, como ya ha quedado expuesto, es de 705 adolescentes, un 52 % hombres y un 48 % mujeres. El error de muestreo en el supuesto de máxima indeterminación es ($p=q=50\%$) para los datos totales y para un nivel de confianza del 95 % es de 3,46 %.

Se trata de un cuestionario estructurado de aproximadamente 25 minutos de duración, que consta de 59 ítems, de preguntas cerradas, preguntas con opciones a elegir o preguntas a desarrollar. Se ha tenido en cuenta que los sujetos tienden a distorsionar las respuestas mediante sesgos, deseabilidad social y la variable anonimato que invita a la distorsión en las encuestas.

Resultados:

El teléfono móvil llega a manos de los jóvenes con la edad de once años (Gráfico 1). No cae en sus manos ni como un premio ni fruto de una compra personal, hecha con la suma de pagas semanales ahorradas. Su primer teléfono móvil es un regalo.

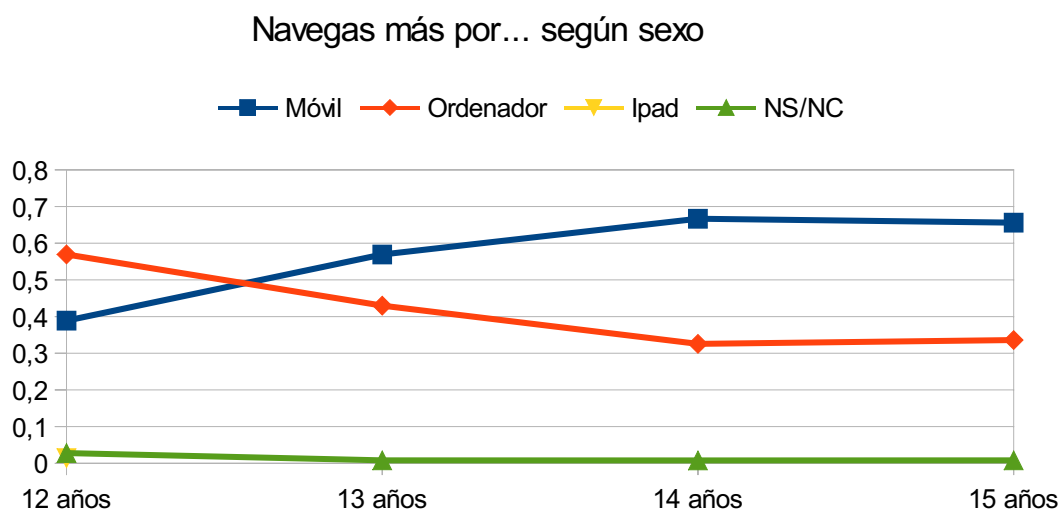
Si dividimos la población estudiantil entre los dos tipos de centro en el que hemos

realizado la consulta, observamos que el celular, comparado con sus propios compañeros de centro, llega a manos de un mayor número de alumnos del IES público cuando contaban diez años de edad.

(Gráfico 1) ¿A qué edad tuviste tu primer móvil?

	Público	Privado concertado
10 años	18,13%	21,13%
11 años	17,34%	22,92%
12 años	19,78%	16,67%

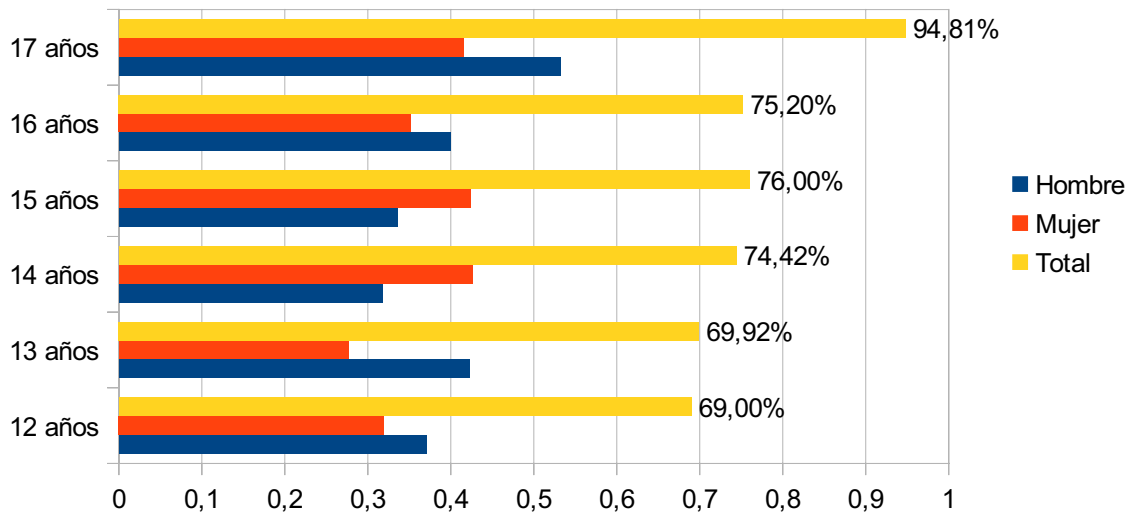
El teléfono pronto se demuestra como un objeto de consumo, y también pronto, a los trece años, releva al ordenador personal a la hora de navegar por internet (Gráfico 2).



En el tramo de edad que nos parece relevante en cuanto al uso del móvil (entre 12 y 15 años), la mujer lo usa más que el hombre. Frente al 27,05% que representan los chicos que dicen usar más el celular para navegar por internet, las chicas que lo prefieren suponen un 36,83%. Entre ellas figura la única usuaria que señala el Ipad como instrumento para la navegación.

El ordenador, sin embargo, no es para los jóvenes todavía un aparato para el desguace. En mayor o menor medida, y progresivamente, es una vía para estudiar, como puede

Ordenador para estudiar



observarse en el siguiente gráfico (número 3).

La prevalencia del móvil para la navegación por redes sociales si se percibe también cuando preguntamos sobre el uso del ordenador para este propósito, con porcentajes por debajo de los obtenidos cuando el objetivo es, por ejemplo, estudiar utilizando el ordenador.

Ordenador para redes sociales

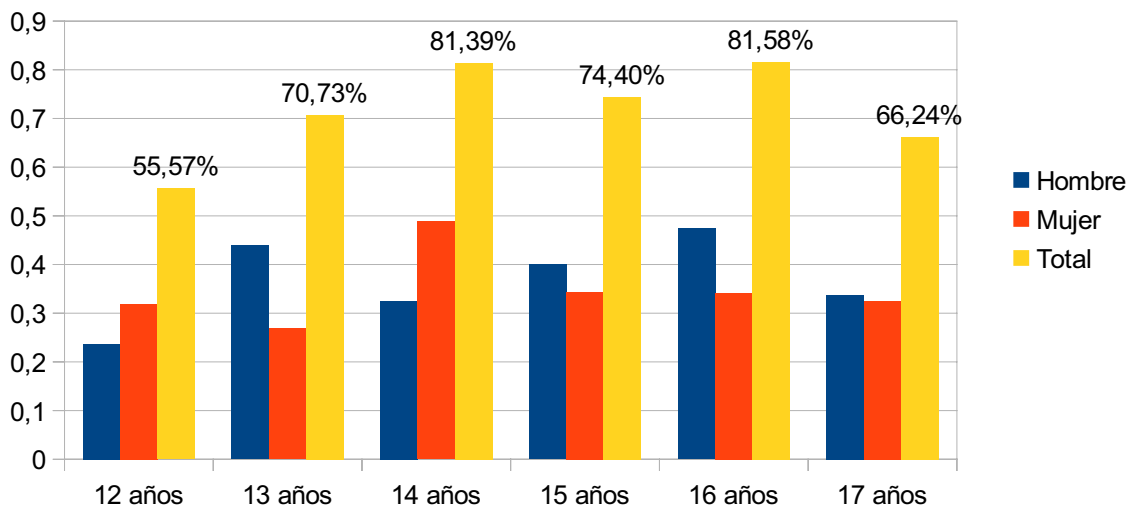


Gráfico 4

¿Qué temas buscan los adolescentes en internet?

Un 59,33 % busca noticias

Un 50,11%, novedades sobre los amigos.

Un 46,45%, cotilleos (sin eufemismos).

Los jóvenes encuestados apenas reconocen haber padecido algún problema familiar por el uso de las redes sociales, aunque si dicen haber sido víctimas de un problema personal. Así lo manifiesta un 18,5% de los encuestados.

Es evidente que el uso del móvil ocupa o abstrae a muchos usuarios. Analicemos, en el sector de edades que estudiamos, las respuestas ofrecidas a cuatro preguntas:

- ¿Cuándo estas con tu familia hablas con tus amigos por el móvil?
- ¿Qué (redes sociales y aplicaciones) usas mientras ves la televisión?
- ¿Has entrado en alguna página no apta para menores?
- ¿Has quedado con alguien por internet?

Los datos que arroja nuestro estudio indican que existen interrupciones o distorsiones muy notables en la conversación familiar por el uso de los móviles y por la navegación en internet.

- Un 71,82% de los encuestados nos dice que sí hablan con sus amigos por el móvil cuando están con su familia.
- Un 42.06% declara usos de las redes sociales o de aplicaciones mientras ve la TV. (Gráfico 5)
- Un 64,1% afirma que ha entrado en alguna página no apta para menores (Gráfico 6)
- Un 8,62% dice que ha quedado con alguien por internet. El mayor número de casos (19) se producen en chicos y chicas de 14 años.

¿Qué usas mientras ves TV?

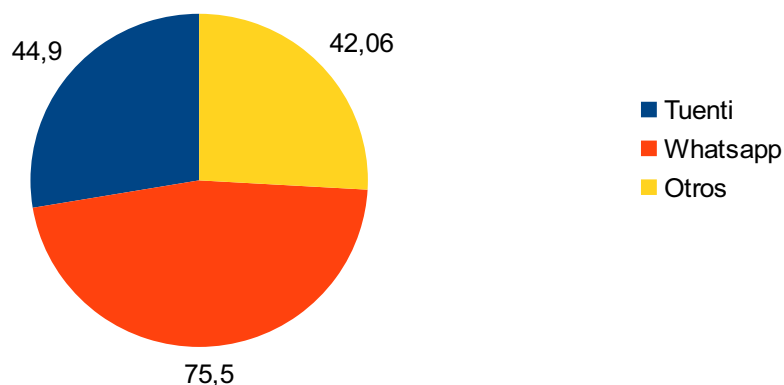


Gráfico 5

¿Has entrado en alguna página no apta para menores?

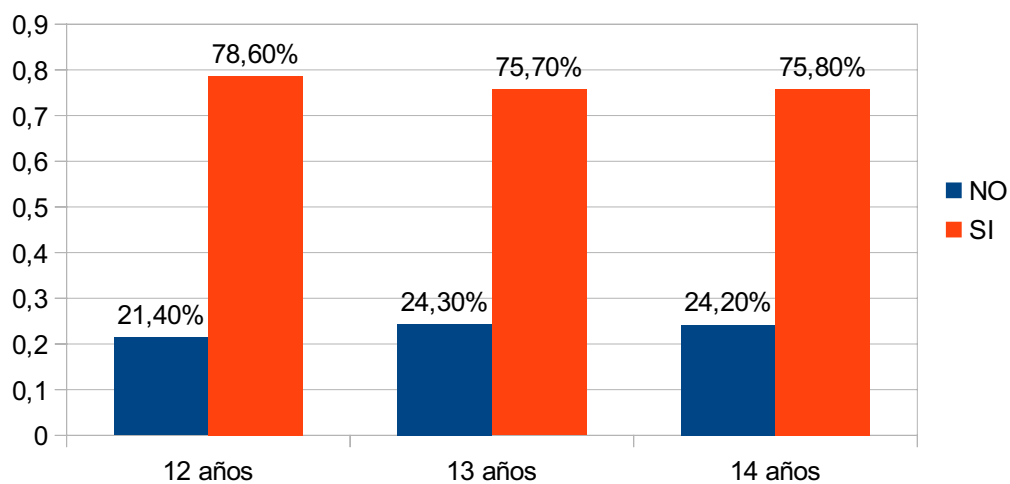


Gráfico 6

Un 26% de los entrevistados informa que sus padres son “amigos” suyos en redes sociales, mientras que un 47,74% indica que sus padres no son ni “amigos” ni “seguidores”. No obstante, cuando se les pregunta si consideran que sus padres pueden limitar el uso o vigilar sus perfiles, un 34,97% responde afirmativamente.

Algunas reflexiones sometidas al debate

Los últimos datos expuestos nos apuntan el grado (o muchos grados) de separación que existe entre padres e hijos cuando se trata de la navegación por redes. La brecha digital que se aprecia entre muchas personas en función de su poder adquisitivo o por su nivel de estudios, es especialmente significativa entre edades.

Cuando intentamos hacer ver a los padres lo que se están perdiendo al no interesarse, o bien al encontrar obstáculos para conocer la navegación y los intereses digitales de sus hijos, la imagen que mejor entienden viene determinada por una pregunta: ¿dejarías solo a tu hijo en medio de una manifestación de 1500 personas? Internet es una gran manifestación de personas que se mueven en un universo de contenidos, en el que una mayoría navega sin libro de instrucciones.

Fernando Miró Linares, director del centro Crímina para el Estudio y Prevención de la Delincuencia, citaba a John Perry Barrow en un análisis publicado en las páginas de El País²²³ “Decía John Perry Barlow, uno de los principales teóricos de Internet, respecto a la propiedad intelectual, que la irrupción del ciberespacio había supuesto que todo lo que creyéramos saber sobre ella fuera ahora falso: “Tenemos que repensarlo todo de nuevo”.

Sin duda alguna, estamos ante nuevos procesos de comunicación que requieren estudios sobre sectores de población muy descuidados, por no decir clara e históricamente desatendidos. Estamos ante un fenómeno que, superada ya la efervescencia de todo nacimiento, se asienta y se desarrolla con tanta velocidad como la que tienen las propias vías por las que caminan los mensajes.

El móvil apenas se separa de nosotros y los “amigos” abundan en los perfiles de los jóvenes. En el estudio expuesto, un 18,7%, que son 132 chicos y chicas del total de entrevistados, dicen tener más de 500 seguidores en sus redes. Este número de público, en el que es difícil distinguir el número exacto de amigos y conocidos, está asociado a conductas disfuncionales en internet (CDI), según un reciente estudio realizado en países de la Unión Europea²²⁴

En este informe, en el que por parte española ha participado la asociación Protégeles, se arrojan datos sobre conductas (grooming, visitas a páginas de contenido sexual o cyberbullying) y actividades en internet (redes sociales, juegos de azar online y juegos de ordenador).

Los adolescentes se sienten fascinados por el mundo que se abre ante ellos en la

223 MIRÓ LLINARES, Fernando. “La nueva privacidad en la Red”. El País. P35. 27 de abril de 2013

224 VARIOS, Autores. “Investigación sobre conductas adictivas entre los adolescentes europeos”. Editores Artemos Tsitsika, Eleni Tzavela, Foteini Mavromati and the EU NET ADB Consortium. 2012

pantalla del móvil, del ordenador o de la tableta. Buscan conocimientos, sí, y saciar su gran curiosidad. La percepción que arrojan los resultados de nuestro estudio es que “cotilleos”, “noticias” y “novedades sobre los amigos”, los principales intereses que les mueven a comunicarse, conforman un magma en el que es difícil distinguir con nitidez las diferencias entre las acepciones. Todas ellas indican más bien que la ansiedad por saber sobre los demás, compartir impresiones o fotografías, marcan las horas de uso de las conexiones.

Encuestados en nuestra muestra algecireña chatean en Ask.fm, Omegle o Chatroulette, plataformas gratuitas en las que es posible conocer a personas, calificarlas y, en algunos casos, intercambiar videos o mantener sesiones con webcam. Como ocurre con otras redes sociales y aplicaciones, los límites de edad no se cumplen.

Sus conversaciones digitales generan satisfacción, claro que sí, pero también tensionan su estado de ánimo, un hecho que llega también a distorsionar sus relaciones de amistad o familiares. Y ocurre en el transcurso de un desayuno familiar, en un placentero paseo por la playa o durante una celebración.

Hoy los aciertos y los errores que se registran en el ciberespacio pueden llegar a magnificarse con mucha mayor facilidad que cuando el mundo exterior tenía sus límites en el centro educativo, entre las paredes de cada vivienda y en las calles adyacentes al domicilio familiar.

Existe una carencia de análisis y mucho más de programas y manuales para promocionar la educación para todos en redes sociales e internet. ¿Los nuevos aparatos para la comunicación social son, eso, solo máquinas?. Creemos que no. Su propia existencia y sus características abren un abanico de posibilidades para el conocimiento que antes se iban descubriendo con una mayor cadencia, en la que la escuela, el estudio y la universidad podían marcar más la pauta de distribución.

Lo que está ocurriendo comparte similitudes con la experiencia de padres e hijos españoles de los últimos años 50 y de la década de los sesenta del pasado siglo XX. La televisión, ese nuevo y fantástico aparato, se instaló en el mejor lugar de la vivienda. Bueno, el propio televisor hizo mejor el lugar donde quedaba instalado.

La conversación, entonces, se interrumpía ante la emisión de imágenes y sonidos. El paso de los años y el desarrollo del uso del televisor permitió su incorporación a la vida familiar, y deparó buenos momentos, claro. En la actualidad, el fenómeno de la denominada “televisión social” es una de las experiencias que pueden ayudar a conseguir que adultos y menores empiecen a entenderse en los nuevos escenarios digitales.

Los jóvenes ya están participando activamente. Comparten sus impresiones sobre lo que están viendo en su televisión con otros amigos mediante Whatsapp, Tuenti, pero en

el apartado de “otros” de nuestro estudio (Gráfico 5) algunos entrevistados mencionan a Vine y, principalmente, a Twitter.

El ránking de “share social”, que mide el número de comentarios generados con la expresión de hastagg de cada programa de televisión, que realiza Global In Media y publica la web Prnoticias.com, indicaba que el pasado 30 de octubre los tres principales programas de ese día eran *¿Quién quiere casarse con mi hijo?* (Cuatro), *Top Chef* (Antena 3), y *Mujeres y Hombres, y viceversa* (Telecinco)

La famosa y manoseada idea de Marshall McLuhan, “el medio es el mensaje” recupera vigencia en nuestros días. “Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan de ambientes”²²⁵, afirmaba el filósofo y educador canadiense.

Los medios, es cierto, nos remueven y nos modifican. ¿De qué manera nos están modificando o removiendo las (nuevas) tecnologías de la información? En el estudio que hemos realizado se advierten una serie de procesos que ya están condicionando el acceso al conocimiento, el crecimiento personal, las relaciones entre jóvenes, la de éstos con sus familias...

Ahora, buena parte de las iniciativas que analizan el uso por los jóvenes del ciberespacio están motivadas por la preocupación por la seguridad. En la *Guía para la actuación contra el ciberacoso*, editada para padres y educadores por el Instituto Nacional de Tecnologías de la Información de España²²⁶ se detallan recomendaciones para detectar, prevenir o intervenir ante casos de ciberbullying y grooming.

Entre los consejos básicos que ofrece figura en primer lugar que la educación sobre las nuevas tecnologías se inicie junto con la del resto de actividades diarias. “Es fundamental que el padre o el educador tenga conocimientos suficientes sobre las TIC, no solo para formar a los menores, sino que forman parte de la autoridad moral que el educador debe tener para influir en los menores y que estos acepten sus enseñanzas como la forma correcta de actuar”.

Esto no está ocurriendo. Antes al contrario, el desconocimiento o la despreocupación de los padres está fomentando un abismo en la conversación familiar y la instauración de una cultura del entretenimiento, a veces por encima de la necesaria riqueza del intercambio y adquisición de conocimiento.

El escritor Jordi Soler, en un artículo de lectura recomendable en las páginas del diario

225 MCLUHAN, Marshall y FIORE, Quentin. “El medio es el mensaje”. Barcelona. Ediciones Paidós, Ibérica SA, 1987. Páginas sin numeración.

226 VARIOS. *Guía de actuación contra el ciberacoso*. Ministerio de Industria, Turismo Comercio. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. Octubre 2012

El País²²⁷, contrapone la educación de Michel de Montaigne, escritor e inventor del ensayo, a la de los jóvenes de hoy en día. Aquel, aprendió en su infancia latín mejor y antes que su lengua madre, el francés. “Concentrado en un solo punto, Montaigne lo abarcaba absolutamente todo, nosotros, concentrados en puntos múltiples, no abarcamos casi nada”, escribe Soler.

La educación y la Teoría de la Comunicación se enfrentan a la exigencia de orientar y explicar estos nuevos procesos que se están generando en el universo de internet, en las redes sociales o mediante las aplicaciones de mensajerías, juegos y chats.

Los adultos no podemos rehuir la realidad que marcan las tecnologías. Al contrario, el reto es comprender su “medio ambiente”, las características y modos de operar en esta galaxia cibernética.

227 SOLER, Jordi. *El pensamiento vagabundo*. Diario El País (La Cuarta Página). 7/Sept/2013. Página 29