

Las nuevas tecnologías y las redes sociales han pasado a formar parte activa de las estrategias emocionales, las expectativas y los referentes simbólicos de los y las jóvenes. 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 ella 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 los y las jóvenes en torno a las TICs, a la par que atribuye a éstos, particularidades que no les son únicas.

Frente a esto, y basándose en una investigación multimétodo, en este monográfico se definen las TICs, como herramientas cuyo uso requiere de una verdadera educación sobre la gestión de las emociones y los sentimientos; así como instrumentos que no sólo 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.

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 y las jóvenes en España y en Europa en relación a las TICs; el segundo bloque, mediante la reproducción de *verbatim*s, 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%), participar en redes sociales (77,1%), buscar información (73,9%) y descargar audiovisuales (62,6%). Otro dato a señalar es que la proporción de jóvenes que señalan que las TICs *facilitan hacer nuevas amistades* (74,1%), es muy similar a la que indica que *hacen que la gente se aisle más* (73,6%). 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 *online* y la de procurar que esa exposición personal no traspase los límites deseables de privacidad e intimidad *offline*.

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 éstas procuran nuevos procesos de integración y exclusión entre adolescentes y jóvenes. Así, aquellos y aquellas jóvenes que no usen ni tengan presencia en las redes sociales, estarán continuamente amenazados/as con el olvido ante un grupo de pares que se organiza a partir de las posibilidades que ofrece la tecnología, donde queda naturalizada la estigmatización de los y las jóvenes que no pueden u optan por no usar las redes sociales, adjudicándoseles muchas veces las etiquetas de raros/as, independientes o auténticos/as. 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 bajo 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 nuevas tecnologías en todas las dimensiones referidas a la gestión del yo. No estar conectado/a en tiempo real a las redes sociales se percibe como un desaprovechamiento de las posibilidades tecnológicas que brindan las TICs. Así, el yo *online* y el yo *offline*, 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 *online* es tan auténtico como el yo *offline*, 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 éstas 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 que es pagado por todos y todas. Lo que no implica que los y las jóvenes usuarios/as de las redes sociales no estén preocupados/as por 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 *offline*.

De esta manera, la investigación presentada en el libro “Jóvenes y comunicación: la impronta de lo virtual”, cuestiona la asunción de que adolescentes y jóvenes son nativos digitales y complejiza su relación con las TICs, mostrando su inmersión en procesos de aprendizaje de códigos de etiqueta complejos, en una alfabetización digital que supone la reconfiguración de sus actividades, prácticas y relaciones. Una lectura imprescindible dentro del campo de la comunicación y la sociología.

Ana María RUBIO CASTILLO  
Universidad Complutense de Madrid  
anarubiocastillo@gmail.com