

(Recibido: 28-12-05 / Aceptado: 17-04-06)

- Sara Malo Cerrato
Girona

Impacto del teléfono móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años¹

The impact of mobile phones in the life of adolescents aged 12-16 years old

Se analiza y discute en este trabajo el impacto que una nueva tecnología como el teléfono móvil tiene en la sociedad actual y, en concreto, en la vida de los adolescentes de entre 12 y 16 años. Los cambios de la sociedad de la información son muy acelerados de tal forma que las relaciones interpersonales se ven modificadas. Muchas de estas transformaciones afectan a los adolescentes alterando sus hábitos, actitudes y formas de relación en el entorno de esta tecnología, tanto con los amigos/as como con la familia.

The impact that a new technology item such as the mobile phone has on today's society, in particular, on the life of adolescents aged 12-16, is analyzed and discussed. In the information society we are living in, changes are ever quickening. Consequently, interpersonal relationships are being modified. Many of these transformations affect adolescents transforming their habits, attitudes and ways of relationships around this technology, both with their friends and families.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Adolescentes, sociedad de la información, TIC, teléfono móvil, relaciones.
Adolescents, information society, ICTs, mobile phone, interpersonal relationships.

La implantación en la sociedad actual de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está provo-

cando cambios insospechados respecto a los originados en su momento por otras tecnologías, como lo fueron la imprenta y la electrónica. Sin duda, estas tecnologías crean nuevos entornos de comunicación, tanto humanos como artificiales, no conocidos hasta la actualidad, introduciendo así nuevos elementos y nuevas posibilidades en las relaciones interpersonales, tanto en contextos públicos como privados.

Muchas de estas transformaciones afectan a los chicos y chicas y a los jóvenes. La gente joven se en-

❖ Sara Malo Cerrato es profesora del IRQV (Instituto de Investigaciones sobre Calidad de Vida) de la Universidad de Girona (sara.malo@udg.es).

cuentra entre los mercados más destacados de muchas de estas tecnologías y formas culturales; incluso los chicos/as más jóvenes forman parte de un grupo de consumo cada vez más importante. Este fenómeno tiene importantes implicaciones respecto al acceso de los jóvenes a los medios de comunicación: actualmente, los jóvenes tienen acceso a los diferentes medios de comunicación de una forma mucho más fácil que sus padres. Como consecuencia, ha aumentado la necesidad de los adultos de buscar medios de control. Por otro lado, los jóvenes disponen también de sus «ámbitos de comunicación», que los adultos cada vez encuentran más difíciles de entender. Todo apunta a que los niños/as de nuestra sociedad se hacen «mayores cada vez más jóvenes».

En este nuevo contexto en el que los medios de comunicación social han pasado a constituir elementos con una fuerte influencia para perfilar la imagen social de muchos fenómenos psicosociales (Casas, 1996), nace el interés de muchos investigadores e investigadoras por conocer cómo éstos afectan al desarrollo psicosocial de los jóvenes, sobre todo, de los adolescentes.

1. La influencia de las TIC en las personas y en las relaciones interpersonales

Desde un punto de vista psicosocial, generalmente no nos preocupamos por las innovaciones tecnológicas en sí, sino que nos preocupamos por la forma en que los individuos, los grupos o las organizaciones cambian sus patrones y su capacidad de comunicación debido a los usos de los nuevos media. Por lo tanto, en última instancia, nuestra preocupación, de la misma manera que la de otros investigadores psicosociales (como por ejemplo, Williams, Strover y Grant, 1996), se dirige más hacia el impacto humano y social que hacia la tecnología propiamente dicha.

Según Escobar (1991), el cual hace una revisión de las principales teorías e investigaciones desarrolladas hasta la actualidad –especialmente por la sociología norteamericana– sobre los efectos producidos por los medios de comunicación de masas, podemos resumir las funciones sociales de las tecnologías de la información y la comunicación en las siguientes:

- Se ocupan de producir y distribuir conocimiento (información, ideas y cultura).
- Proporcionan canales para relacionar a unas personas con las otras (emisores con receptores, etc.).
- La participación es en esencia voluntaria y comporta la asociación del uso de los medios de comunicación con el ocio y el tiempo libre y su distanciamiento con el trabajo y las obligaciones.

- Confieren estatus sobre asuntos públicos, personas, organizaciones y movimientos sociales.

- Imponen normas sociales.

Además, este autor añade otro grupo de funciones relacionadas con el entretenimiento:

- La prospección o vigilancia del entorno.

- La correlación de las diferentes partes de la sociedad en respuesta al entorno.

- La transmisión de la cultura de una generación a la siguiente, con lo cual, en definitiva, se fomenta la socialización.

Para finalizar, es de suma importancia referirse a las ideas de McLuhan (1996), ya que fue uno de los teóricos socio-culturales con más talento del siglo XX y, tal vez –con sus trabajos de los años sesenta–, un importante profeta de algunos de los fenómenos que se están produciendo en la actualidad. McLuhan propuso una reflexión sobre los medios de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación en términos de extensiones de los seres humanos. Para este autor, el mundo se está transformando muy rápido con el cambio de las tecnologías de la comunicación y por este motivo se está alterando la sensibilidad y la conciencia de la Humanidad. Pérez Tornero (1987), citando a McLuhan y Fiore (1967), resume así su mensaje:

- Los medios de comunicación son prolongaciones de la sensibilidad humana.

- Los medios de comunicación se distinguen entre calientes (radio, cine, foto) ya que ofrecen mensajes cerrados y fríos (teléfono, televisión, cómics) ya que obligan a la participación sensorial y estimulan la actividad mental del espectador.

Las cuatro tesis fundamentales de McLuhan han sido resumidas de la siguiente manera (Casas, 1996):

- Cada modificación o novedad en los medios es una modificación o novedad de la sensibilidad del organismo humano.

- El medio es ya un mensaje. La naturaleza de los medios condiciona más a la sociedad que el contenido de la información transmitida. La imprenta, por ejemplo, comportó bibliotecas, nuevas profesiones, nuevas maneras de memorización, etc.

- Cada medio hace participar de manera diferente al receptor en la comunicación.

- El medio no es solo un mensaje, sino también un «masaje», que presiona sobre nosotros, manipulándonos y modificando nuestra manera de ser.

2. La influencia de las personas y de las relaciones interpersonales en las TIC

La mayor parte de la investigación sobre la comunicación de masas se ha centrado en el estudio de sus

efectos sobre la audiencia, sobre la sociedad. Tal y como postulaba Katz (1959, citado en Escobar, 1991), es necesario preguntarse, no tanto lo que los medios hacen con la gente, sino qué hace la gente con los medios. Este enfoque supone que, incluso el contenido del más potente medio de comunicación, no puede influenciar normalmente a un individuo que no «lo utiliza» en el contexto social y psicológico en el que vive. McQuail (1980, citado en Escobar, 1991) nos explica que dicho modelo, el modelo de los usos y gratificaciones, asume que los valores de la gente, sus intereses, sus asociaciones, sus roles sociales, son prepotentes, y que la gente selectivamente «adapta» lo que quiere ver y escuchar a sus intereses. Para este modelo son muy importantes las funciones que cumplen los medios de comunicación:

- Funciones de escape o disminución de la angustia. Esta función se realiza mediante ofertas comunicativas de entretenimiento en las cuales el individuo puede identificarse con personajes de ficción (por ejemplo, en el caso de los adolescentes a través de los videojuegos) o con situaciones que le permitan una gratificación psicológica (por ejemplo, a través de los chats o del uso del móvil).

- Función de compensación emocional. Si aplicamos dicha función al grupo de jóvenes adolescentes podemos observar cómo durante este período de desarrollo es muy común que los chicos/as utilicen

alguna tecnología como instrumento mediador para establecer nuevas relaciones sociales. En este caso, y debido a que la tecnología de interés para este artículo es el teléfono móvil, sabemos por varias investigaciones realizadas en torno a este tema, que los jóvenes utilizan el móvil como un instrumento para mantener el contacto continuo con los amigos/as. Así, en cierta forma, el móvil tiene la función de compensar emocionalmente aquellos momentos de soledad de los jóvenes.

- Función de compañía. El medio de comunicación acompaña las actividades diarias de las personas. En este caso, el móvil se usa como instrumento de acompañamiento de las actividades cotidianas de los jóvenes, ya que muchos de ellos lo usan durante casi toda la jornada y la televisión constituye un entorno de reunión de los miembros de una familia.

- Función de información, ya que ofrece una ele-

vada cantidad de información sobre el entorno a aquellos individuos dotados de una necesidad de intervenir socialmente en los temas que más les preocupan en un momento concreto y a los cuales no tienen acceso directo. Actualmente, son diversos los medios de comunicación que se usan para esta función: Internet, el correo electrónico, la televisión, Internet a través del móvil, etc.

- Función de reafirmación individual, mediante la cual el individuo puede incrementar su propia estima y su realización personal al reforzar las pautas de acción o de creencias mediante la reafirmación individual de los criterios sustentados desde las comunicaciones de masas.

3. El consumo de las TIC y su impacto en el desarrollo psicosocial de los adolescentes

Acabada la fase del capitalismo de producción, en las denominadas sociedades occidentales desarrolladas, a partir de los años cincuenta del siglo que acaba

La implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la sociedad actual está creando nuevos entornos de comunicación, tanto humanos como artificiales, no conocidos hasta la actualidad, introduciendo así nuevos elementos y nuevas posibilidades en las relaciones interpersonales, tanto en contextos públicos como privados.

de pasar, empieza a describirse la sociedad en la que vivimos como una sociedad del consumo. Dentro de este marco de esta sociedad no es extraño que entre las preferencias de consumo estén las novedades tecnológicas. La tecnología ha permitido que el conocimiento sea el proceso central en la economía de un mundo definitivamente globalizado.

Podemos afirmar que el consumo genera identidad y, por lo tanto, la identidad se convierte en un producto más; que primero, seguramente, fue por accidente –algo que llevaban los productos en sí mismos– para después, acabar vendiendo la identidad con el producto.

Respecto a los valores específicos de la sociedad del consumo, de manera resumida y según la visión de Pérez Tornero (2000), podemos decir que son los que a continuación se citan. En primer lugar, destacamos la publicidad y la moda como los impulsores del consu-

mo de una infinidad de productos en cantidades cada vez mayores. A continuación, encontramos el valor de la innovación, es decir, aquello nuevo o la novedad, constituyen uno de los valores centrales de la sociedad actual. Por otro lado, la velocidad y la aceleración resultan otros valores claves del sistema consumista. Un cuarto valor central de la sociedad consumista es la visibilidad, es decir, aquello que se ve del producto. Por este motivo, la sociedad dedica una infinidad de energía a hacer visibles los hechos sociales, los objetos, los productos y las personas. Finalmente, hay que tener en cuenta el valor de sobre-representación. Se trata de un valor ligado a la transparencia pero que se ocupa de amplificar y de conducir persuasivamente la visibilidad de los objetos sociales.

Los jóvenes son sumamente importantes para la reproducción social en la medida en que ellos heredan el patrimonio cultural de los más grandes y pueden conservarlo o modificarlo. No obstante, la juventud se sitúa precisamente en el contexto socio-cultural preparado para el capitalismo consumista. Por este motivo, recae sobre ellos con la máxima exigencia los valores e ideales propios de la sociedad consumista. Mientras que los adultos disponen de una identidad determinada para responder a las exigencias del cambio consumista, los jóvenes tienen que construir desde el inicio su propia identidad social justamente en el marco de estas exigencias.

Desde un punto de vista psicosocial, podemos decir que en el proceso de socialización de los jóvenes y adolescentes de la sociedad del consumo, los medios de comunicación adquieren mucha importancia. En los últimos cincuenta años, la literatura científica sobre el papel de la televisión en el desarrollo de los jóvenes así lo ha demostrado. Además del tiempo dedicado a la familia, y ya desde muy pequeños, la televisión se sitúa como una de las actividades que más tiempo les ha ocupado. Tal y como destacan Naval, Sádaba y Bringué (2003), de la misma manera que sucedía –y continúa sucediendo– con la televisión, las TIC también influyen en su proceso de socialización. Los jóvenes y adolescentes viven y crecen en un entorno digital desconocido anteriormente. Esta nueva generación de las TIC crea una nueva dimensión comunicativa que amplía considerablemente su campo social: por ejemplo, permite a los jóvenes –y también a los adultos– participar en conversaciones con los iguales situados a miles de kilómetros de distancia o estar en permanente conexión con su entorno mediante el teléfono móvil.

El uso de los medios de comunicación por parte de los jóvenes no ocurre en un entorno social aislado. La familia, los amigos y amigas y la escuela son facto-

res que inciden en la socialización de los jóvenes y en su aprendizaje sobre un uso correcto de las TIC. En este punto es conveniente poner de manifiesto cuál es la naturaleza de las relaciones interpersonales y los nuevos elementos que las TIC introducen en muchas de estas relaciones, tanto en las presenciales como en las no presenciales.

Las diversas investigaciones desarrolladas sobre esta temática (Bremer y Rauch, 1998, citados en Naval, Sádaba y Bringué, 2003) están de acuerdo en que es difícil dar una respuesta unitaria sobre sus beneficios o contraindicaciones, ya que las relaciones personales en el mundo «virtual» pueden diferir según su intensidad y potenciar la dimensión social del individuo o, por el contrario, dificultarla. Un claro ejemplo lo encontramos en la elevada capacidad que tiene Internet para favorecer el enriquecimiento interpersonal mediante el contacto con otros internautas en los chats y, a su vez, el peligro que supone el uso de estos medios como actividad que pueda sustituir otras formas de comunicación presencial de la vida real como son los amigos/as o la familia.

4. El teléfono móvil y los adolescentes

Diversos estudios desarrollados en España, en Cataluña y en otros países de Europa han destacado cómo el uso del teléfono móvil –y también el de otras tecnologías– ha aumentado considerablemente entre los grupos de jóvenes. Pero, ¿a qué es debido este fenómeno? En general, parece que hay que señalar dos hechos: el primero de ellos, se refiere al período de transición de los jóvenes y de toda la problemática que esto comporta; y el segundo, se refiere a un importante elemento que ha aparecido en escena estos últimos años: las nuevas tecnologías. Por lo tanto, podemos afirmar que la generación actual de jóvenes es una de las primeras que ha tenido acceso a la telefonía móvil y, en consecuencia, la forma en que la telefonía móvil es utilizada y los objetivos de su uso son actualmente objeto de interés de investigación.

Un aspecto muy relevante de estos últimos años es el rápido desarrollo de las instituciones y el significado tecnológico, que son muy diferentes en el caso de los chicos/as en relación con sus progenitores. Un resultado muy significativo del desarrollo tecnológico es que no se puede asumir que la cultura y la socialización del individuo se pueden recibir. Es decir, el chico/a necesita comprender que su experiencia será, en mayor o menor grado, diferente de aquella de las generaciones precedentes.

Como se ha podido comprobar a través de los diferentes estudios citados, la adolescencia es un período

do en el cual los chicos y chicas empiezan a interactuar con las TIC. Cuando nombramos el concepto de interacción social, nos estamos refiriendo a la relación recíproca que existe en la conducta de dos o más individuos. Esta interacción siempre ocurre en un espacio y en un tiempo determinados. En el primer caso, puede tener lugar cara a cara, como sucede cuando conversamos con alguien, o a distancia, cuando existe una separación física entre sujetos.

En la sociedad actual en la que vivimos, la sociedad de los avances tecnológicos, estas características de la interacción social se están transformando; es decir, gracias a la aparición de las tecnologías de la información y la comunicación están desarrollándose múltiples formas nuevas de interacción entre las personas de manera virtual y sin necesidad de tener a la persona físicamente presente (a través de Internet, los chats, el correo electrónico, el móvil, etc.).

Si partimos de una perspectiva psicosocial del estudio del móvil, es decir, desde la perspectiva del estudio de la interacción del individuo y la sociedad, y más concretamente de las relaciones interpersonales que se desarrollan a través del móvil, podemos plantear las siguientes formas de interacción: a) la interacción del sujeto y el móvil; b) la interacción de varios sujetos y el móvil; c) la interacción de las personas en relación por el hecho de haber utilizado el objeto, es decir, hablar sobre el móvil; y d) las múltiples interacciones en el entorno del móvil, es decir, la cultura del móvil (las diferentes culturas que se forman a través del móvil según el grupo de edad que lo use).

5. Investigaciones desarrolladas en torno al teléfono móvil y los adolescentes

Actualmente, podemos encontrar diversas investigaciones referentes al uso y las relaciones que los jóvenes mantienen a través de tecnologías como Internet, los ordenadores o los videojuegos. No obstante, no existe mucha literatura referente al uso del teléfono móvil entre los jóvenes. Una gran parte del material disponible juega un papel importante en la idea de que los adolescentes dedican un exagerado tiempo a hablar por teléfono, enviar mensajes breves y en realizar muchas otras funciones que este aparato les permite. En resumen, éstas son algunas de las principales investigaciones que se han ido desarrollando en torno a este tema desde la década de los setenta hasta la actualidad:

- Durante la década de los años setenta y, más concretamente en el año 1977, Aranson describe en un contexto de folklore a las mujeres y a los jóvenes como grandes usuarios del teléfono. Así mismo, Kell-

ner también concluye a favor de este estereotipo. Por otro lado, Mayer proporcionó un análisis más profundo y extenso sobre el tiempo de uso del teléfono en los EEUU de los años setenta. Este autor apunta que muchas de las llamadas privadas más largas se corresponden con los hogares en los que se encuentran jóvenes que se han trasladado a otra área metropolitana. El teléfono es la manera más sencilla de establecer contactos con los iguales. Además, afirma que los factores más importantes que determinan el número de llamadas realizadas desde el domicilio son la edad y el género. La presencia de mujeres y chicas jóvenes tienden a incrementar la actividad telefónica mientras que, en el caso de los cabeza de familia varones de más de 55 años, sucede lo contrario.

- Desde Francia a finales de la década de los ochenta, llega una opinión contraria sobre los jóvenes como grandes usuarios del teléfono. En un estudio basado en un diario, Claisse y Rowe (1987) hallaron que los jóvenes y los más grandes estaban comprendidos entre los que menos utilizaban el teléfono.

- Durante la década de los noventa, podemos citar a autores como Lohan (1997), que examinó algunas cuestiones como la privacidad en contraposición a la obertura y aspectos económicos relacionados con el teléfono. Ling (1999) también realizó un estudio para comprender mejor cuáles eran los principales escenarios del uso del teléfono móvil entre un grupo de jóvenes de Noruega (Oslo).

- Como autores españoles que han desarrollado recientemente estudios, podríamos citar los siguientes: a) dos estudios desarrollados por un grupo de investigadores de la Universidad de Navarra. El primero analiza cuantitativamente el uso y la posesión del teléfono móvil de un grupo de jóvenes de Navarra (Naval, Lara, Portilla y Sádaba, 2002) y el segundo, de Naval, Sádaba y Bringué (2003), analiza cualitativamente cómo el teléfono móvil puede incidir en las relaciones sociales de los jóvenes de esta comunidad; y b) otro realizado por el Departamento de Presidencia y Relaciones Institucionales y por el Instituto Aragonés del año 2003. En este estudio, entre otros temas, se habla sobre las pantallas, las nuevas tecnologías y la salud entre los jóvenes aragoneses (Fanjul, Gallego y Granizo, 2003).

- Respecto a autores catalanes que han desarrollado estudios recientemente, podemos citar varios estudios donde se analiza el uso y la posesión, entre otras nuevas tecnologías, del teléfono móvil. Por citar un estudio concreto sobre el teléfono móvil, desde el CII-MU (Instituto de Infancia y Mundo Urbano de Barcelona) se han desarrollado algunas investigaciones en

torno al uso del móvil por parte de los jóvenes y de los adolescentes que sintetizan los datos del libro «Identidades culturales y estilos de vida», coordinado por Feixa (2002). Por otro lado, también encontramos muchos otros estudios realizados por investigadores/as catalanes sobre las tecnologías de la información y la comunicación, los medios de comunicación social, los adolescentes y sus familias, entre los cuales podemos destacar: Casas, Figuer, Alsinet, González y Pascual (2000); Casas (2002); Casas, Figuer, González y Alsinet, (2002), entre otros.

- Finalmente, como autores más destacados que han desarrollado recientes estudios en diferentes países de Europa podríamos señalar a: Oksman y Rautiainen (2002); Mante-Meijer y Pires (2002); Fortunati y Manganeli (2002); Ling (1999; 2002); Vershinskaya (2002).

6. Usos y estilos relacionados con las TIC en el contexto familiar

Actualmente, los medios de comunicación han enriquecido y mejorado la posibilidad del ocio, la utilización del tiempo libre siempre y cuando no se conviertan en la única manera de pasar el tiempo anulando otras actividades ya sean de índole físico, lúdicas, sociales o creativas. Así, es un hecho innegable que se está produciendo un cambio de perspectiva cuando hablamos de medios de comunicación. Concretamente, en el contexto familiar (Sánchez y Diéguez, 1998) son múltiples los usos y los estilos relacionales que posibilitan:

- Uso estructural: desde el momento en que los medios de comunicación se encuentran en el trasfondo de la vida cotidiana ya que marcan ritmos de encuentro, regulan muchas de las conversaciones domésticas e incluso modelan los tiempos de actividad y ocio de sus usuarios. Es decir, los medios de comunicación pueden servir a los miembros de la familia como instrumento para estructurar su espacio y el tiempo. En cuanto al espacio, se refiere a los diferentes emplazamientos que los medios de comunicación pueden tener en un hogar (el comedor, la habitación, la cocina, etc.) y que determinarán las modalidades de relación de la familia con los medios. En cuanto al tiempo, podemos citar el caso de los niños/as más pequeños a los cuales la televisión les puede funcionar como «reloj»; así, ver la televisión mientras cenan y ver los dibujos que anuncian que es la hora de acostarse, son rituales que nos indican el final de la jornada. Otro ejemplo lo podemos encontrar en el caso de los adolescentes y jóvenes, los cuales usan el teléfono móvil —como tecnología más novedosa y popular entre este grupo— como despertador para marcar su ritmo de

vida que se inicia cuando usan este aparato para esta función.

- Uso relacional: debido a que, a través de sus mensajes, dan la oportunidad de que todo el mundo exprese, libre y espontáneamente, su propia opinión. No obstante, para que se den estas dos condiciones deberá preexistir en el estilo de la interacción familiar el mismo clima de libertad y espontaneidad entre sus componentes. Por lo tanto, a través de los mass-media (televisión, radio, etc.) y las tecnologías (ordenador, teléfono móvil, etc.) se pueden llegar a desencadenar temas de debate entre los miembros de la familia, ya sea de manera positiva o negativa si hay diferencia de opiniones sobre aspectos como por ejemplo: cuándo, cómo y quién debe utilizarlos, en qué espacio del hogar, quién tiene más autonomía para hacerlo, etc.

- Uso social: es una derivación de lo que acabamos de expresar. Los medios pueden constituir un factor de socialización puesto que ofrecen numerosas ocasiones para establecer intercambios de opiniones. En la medida en que se respeten las condiciones educativas de un verdadero diálogo, se verá completada su potencialidad socializadora entre los miembros de la familia.

- Acercamiento o distancia: se producirá uno u otro en la medida en que se acepte o se evite el acercamiento físico o verbal. De esta forma pueden transformarse en un factor que aumente la solidaridad familiar o que ponga de manifiesto posibles discrepancias subyacentes (de ideas, sentimientos de empatía, aceptación o no aceptación). En este punto podemos añadir que las actuales generaciones de jóvenes son más poderosas que las anteriores, en el sentido que poseen un nivel de información más elevado que la de sus progenitores en cuanto al uso de los nuevos instrumentos audiovisuales. Por lo tanto, son los jóvenes los que decidirán si quieren hacer partícipes a sus progenitores de lo que hace o ven con los medios. En algunos casos, habrá jóvenes que enseñarán a sus progenitores a usar un móvil, un ordenador, Internet, etc., y otros optarán por no enseñarlos para evitar que puedan invadir en un momento dado su intimidad (por ejemplo, leyendo los mensajes que reciban en sus móviles).

- Relaciones de competencia o dominio: los medios de comunicación ofrecen múltiples ocasiones para que los miembros de la familia reafirmen sus propios roles: el que es o aspira a ser el líder, el sumiso que acepta los criterios del otro, el que se abstiene de intervenir, etc. Claramente puede deducirse que el grado de cohesión familiar y el estilo relacional que existe entre sus miembros puede quedar manifiestamente patente en múltiples ocasiones a través de las conductas que generan, como si se tratara de un test

proyectivo, los mensajes más o menos explícitos de los medios de comunicación. Por lo tanto, estamos delante de una problemática muy compleja y que no ha hecho más que empezar, dado el avance continuo de las nuevas tecnologías y las consecuencias de las cuales en el contexto familiar, por un lado, y en el educativo, por el otro, son difíciles de predecir.

7. Perspectivas hacia el futuro

En definitiva, éste sería el entorno social, económico y cultural de la nueva etapa histórica donde nos encontramos. Un escenario complicado en el que es difícil considerar qué avances son positivos o cuáles no –ya que depende en la mayoría de los casos del uso que hagamos de ellos– y qué es progreso o retroceso, puesto que los cambios sociales no mantienen una naturaleza radical.

Sin duda lo que cabe modificar es nuestra mentalidad y capacidades, no podemos juzgar o evaluar las circunstancias actuales con viejos esquemas o metodologías. En estos momentos se requiere de una intensa y amplia reflexión por parte de todos para adecuar nuestras percepciones, procedimientos y conocimientos a la situación actual, aportando de esta manera significado, sentido y coherencia tanto al presente como al futuro.

Uno de los espacios de los jóvenes de esta nueva generación –que podríamos denominar como la generación digital– que mejor ejemplifica los cambios producidos por las TIC en las relaciones familiares es su habitación. En parte, porque hoy en día las familias no tienen muchos hijos/as y, en parte porque existe una valoración mayor de la privacidad. Por lo tanto, es habitual que los adolescentes dispongan de habitación propia. Como señala Feixa (2003), la habitación propia es, a menudo, un mundo aislado.

En los últimos años las habitaciones de los adolescentes se han transformado en el primer plano de la cultura juvenil, experimentando una gran metamorfosis. Como consecuencia de la emergencia de la cultura digital, se ha hecho posible la comunicación interpersonal desde el propio espacio privado: del teléfono familiar controlado por los progenitores y situado en el comedor se ha pasado al teléfono móvil personalizado que se puede usar desde la habitación; de la comunicación escrita por carta se ha pasado a la comunicación digital SMS, e-mail o chat. Gracias a Internet, los ado-

lescentes han aprendido a acceder a comunicaciones virtuales que van mucho más allá de sus habitaciones. Y gracias a los videojuegos (Gameboy, Play Station), pueden practicar desde casa lo que antes tenían que hacer desde salas públicas de juegos.

Por otro lado, otro aspecto social que más ha cambiado en nuestra sociedad contemporánea es que cada vez progenitores e hijos/as comparten durante más tiempo el mismo espacio (si tenemos en cuenta el retraso en la emancipación familiar, están «condenados» a vivir más tiempo con sus progenitores que con sus futuras familias). Ya no están obsesionados con marcharse del espacio compartido (entre otras cosas, porque no se lo pueden permitir) y buscan espacios propios que puedan compensarlos: la cultura de la noche (Feixa y otros, 2002), los viajes y la propia habitación.

El teléfono móvil ha sido una de las tecnologías mejor aceptadas por el sector de la población juvenil expandiendo su uso y disposición a unas velocidades jamás imaginadas. Este aparato tan sencillo, pero a la vez tan complejo, ha empezado a ser el punto de mira de muchos investigadores/as.

Como hemos podido observar a través de este artículo, existe una relación de retroalimentación entre las personas y sus relaciones interpersonales y las TIC. Sin embargo, desde la psicología social sabemos que son las personas las que se muestran activas ante las diferentes tecnologías desarrolladas hasta la actualidad. Por lo tanto, no son las TIC las que provocan cambios en las personas, sino que éstas introducen nuevos elementos en las relaciones que nos empujan hacia el consumo de las mismas. Un consumo que genera identidad pero que a la vez puede conducir al ser humano hacia la individualización si éstas no se usan adecuadamente.

Además, cabe señalar una consecuencia inmediata de este consumismo: la exclusión. Es un discurso común que aquéllos que quedan fuera de la capacidad de uso de las nuevas tecnologías serán los nuevos excluidos de este siglo. No obstante, este hecho planteado como un problema de educación no lo es del todo. En realidad, la exclusión de las nuevas tecnologías es, sobre todo, una exclusión del consumo y, por lo tanto, una exclusión económica. Así, los que por diferentes razones, pero principalmente económicas, no

pueden consumir nuevas tecnologías quedarán excluidos, pero no de la sociedad, sino de sí mismos, ya que lo que éstas ofrecen son formas de vivir por uno mismo. Ofrecen a las personas nuevas subjetividades, nuevas maneras de sentir y nuevos afectos.

A lo largo de este artículo también hemos citado algunas de las investigaciones más relevantes sobre la disponibilidad y el uso del teléfono por parte de los adolescentes, que se han venido realizando desde la década de los años setenta hasta la actualidad. Estos estudios describen algunos datos importantes obtenidos tanto en España como de otros países de Europa. Cabe señalar que el denominador común de estas investigaciones radica en el hecho de que los adolescentes consideran que tener móvil forma parte de la construcción de su entramado social, mientras que los adultos lo consideran una barrera de control y seguridad hacia sus hijos/as. Además, estos estudios ponen de manifiesto tres puntos de vista diferentes: los de los jóvenes, los de sus progenitores y los de sus profesores/as, destacando cuáles son los aspectos positivos y negativos y el uso correcto e incorrecto respecto a la disponibilidad y uso del teléfono móvil.

Para concluir, podríamos señalar que el teléfono móvil ha sido una de las nuevas tecnologías mejor aceptadas por el sector de la población juvenil expandiendo su uso y disposición a unas velocidades jamás imaginadas. Este aparato tan sencillo, pero a la vez tan complejo, ha empezado a ser el punto de mira de muchos investigadores/as preocupados por conocer cómo ha cambiado la vida de los jóvenes de todo el mundo y, a su vez, cómo estos cambios han determinado nuevas formas de relacionarse entre ellos y entre las personas más próximas de su entorno social.

Notas

¹ Investigación desarrollada a partir del proyecto «La influencia de las tecnologías de la información y la comunicación en la vida de chicos/as y adolescentes, y estudio de las interacciones y la comunicación que mantienen con los adultos», financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el Plan Nacional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica, con número de referencia BSO-2002-03180.

Referencias

ARANSON, S.H. (1977): «Bells electrical toys: What's the use? The sociology of early telephone use», en SOLA POOL, I. (Ed.): *The social impact of the telephone*. Cambridge, MIT; 13-39.

CASAS, F. (2002): «La recepción de los medios de comunicación para la infancia y la juventud: Los formadores», en *IV Forum Mundial de la TV Infantil*. Barcelona, 14.

CASAS, F.; FIGUER, C.; GONZÁLEZ, M. y ALSINET, C. (2002): «¿Qué coincidencias y discrepancias tienen los adolescentes y sus padres ante los medios?», en *Comunicar*, 18; 47-52.

CLAISSE, G. y ROWE, F. (1987): «The telephone in question:

questions on communication», en *Computer Networks and ISND systems*, 14; 207-219.

ESCOBAR, L. (1991): *La cultura del ocio*. Madrid, Eudema.

FANJUL, M.L.; GALLEGO, J. y GRANIZO, C. (2003): «Jóvenes y salud. Monográfico», en *La Carpeta*, 110; 3-58.

FEIXA, C. (2003): «Convivir con los padres sin hablar con ellos», en *Diario de la Fundación Esplai*, 4. Universitat de Lleida. Madrid, febrero de 2003 (www.fundacionesplai.org).

FEIXA, C.; GONZÁLEZ, I.; MARTÍNEZ R. y PORZIO, L. (2002): «Identitats culturals i estils de vida», en CIIMU (2002): *La infància i les famílies als inicis del segle XXI*; 327-474. Barcelona, Institut d'Infància i Món Urbà (CIIMU) (www.ciimu.org/cast/informe)

FORTUNATI, L. y MANGANELLI, A.M. (2002): «El teléfono móvil de los adolescentes», en *Juventud y teléfonos móviles, Revista de Estudios de Juventud*, 57; 59-78.

KELLNER, S. (1977): «Telephone in new (and old) communities», en SOLA POOL, I. (Ed.): *The social impact of the telephone*. Cambridge, MIT; 281-298.

LING, R. (2002): «Chicas adolescentes y jóvenes adultos varones: dos subculturales del teléfono móvil», en *Revista de Estudios de Juventud*, 57, 33-46.

LOHAN, M. (1997): «No parents allowed! Telecoms in the individualist household», en KANT, A. & MANTE-MEIJER, E. (Eds.): *Blurring boundaries when are information and communication technologies coming home?* Stockholm, Norstedts; 131-144.

LORENTE, S. (2002): «Juventud y teléfonos móviles: algo más que una moda», en *Juventud y teléfonos móviles, Revista de Estudios de Juventud*, 57; 9-24.

MANTE-MEIJER, E., y PIRES, D. (2002): «El uso de la mensajería móvil por los adolescentes en Holanda», en *Juventud y teléfonos móviles, Revista de Estudios de Juventud*, 57; 47-58

MAYER, M. (1977): «The telephone and the uses of time», en SOLA POOL, I. (Ed.): *The social impact of the telephone*. Cambridge, MIT; 225-245.

MCLUHAN, M. (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires, Paidós.

NAVAL, C.; LARA, S.; PORTILLA, I. y SÁDABA, C. (2002): *Impacto de las tecnologías de la comunicación en la juventud navarra*. Pamplona, Universidad de Navarra e Instituto Navarro de Deporte y Juventud (www.unav.es/noticias/textos/141103-02.html).

NAVAL, C.; SÁDABA, C. y BRINGUÉ, X. (2003): *Impacto de las tecnologías de la comunicación en las relaciones sociales de los jóvenes navarros*. Gobierno de Navarra, Instituto Navarro de Juventud (www.unav.es/noticias/textos/141103-02.html).

OKSMAN, V. y RAUTIAINEN, P. (2002): «Toda mi vida en la palma de mi mano: la comunicación móvil en la vida diaria de niños y adolescentes de Finlandia», en *Juventud y teléfonos móviles, Revista de Estudios de Juventud*, 57; 25-32.

PÉREZ TORNERO, J.M. (1967): «Epílogo. El estímulo de McLuhan», en MCLUHAN, M. y FIORE, Q. (Eds.): *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Nueva York, Bantam Books; 163-166.

PÉREZ TORNERO, J.M. (2000): «El ansia de identidad juvenil y la educación. Del individualismo mediático contemporáneo y las estrategias educativas», en *Anuario de Psicología*, 31, 2; 59-71.

SÁNCHEZ, E. y DIEGUEZ, J.L. (1998): «Familia y medios de comunicación de masas», en *Comunicar*, 10; 53-60.

VERSHINSKAIA, O. (2002): «Comunicación móvil como fenómeno social: la experiencia rusa», en *Juventud y teléfonos móviles, Revista de Estudios de Juventud*, 57; 139-150.

WILLIAMS, F.; STROVER, S. y GRANT, A. E. (1996): «Aspectos sociales de las tecnologías de los nuevos media», en BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (Eds.): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Buenos Aires, Paidós; 617-639.