

«Adolescencia. Romper la incomunicación»

XXVI Seminario interdisciplinar

Barcelona, 3 de diciembre de 2007

«Adolescencia y medios de comunicación»

Magdalena Alberó Andrés

Doctora en Comunicación y Educación. Profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autònoma de Barcelona

Ante la disyuntiva de cómo cambiar los medios de comunicación o de cómo hacer para usarlos correctamente, la ponente dijo que su ponencia se decanta por la segunda opción: es necesario empezar a dejar de hablar tanto de los contenidos de los medios de comunicación y empezar a adentrarse en el uso que hace cada individuo y en la interpretación que hace quien los recibe.

Estructuró la ponencia a partir de tres aspectos: qué sabemos y qué nos preocupa de como los adolescentes miran los productos audiovisuales relacionados con violencia y sexo; en segundo lugar, los resultados de la investigación cualitativa que ella ha llevado a cabo; y, finalmente, un posible punto de partida para la educación en medios de comunicación.

Sobre el primer punto aseguró que se acusa a los medios de influir en la apatía, la ausencia de cultura del esfuerzo, el consumo de alcohol y drogas, la violencia y la precocidad de las relaciones sexuales entre los adolescentes. Según Alberó, los estudios sobre efectos y análisis de contenido muestran que estas afirmaciones no están del todo probadas, y que acusar sólo a los mediadores de los efectos negativos es darles un poder excesivo. Los estudios con un enfoque sociocognitivo destacan la importancia de la mente para dar sentido a la realidad, y añaden otros elementos como el entorno cultural y la interacción de otros contextos sociales como la familia, la escuela, los amigos, las características individuales y el ámbito geográfico y cultural.

Por lo tanto, el consumo de los medios se realiza en medio de una red compleja de interacciones entre diferentes agentes sociales y procesos cognitivos individuales y sociales, como la cultura del grupo y el uso que hacen los iguales de estos medios, los hobbies que orientan el consumo de Internet y el contexto familiar que orienta la interpretación de los contenidos.

¿Cómo interpretan los adolescentes?

La ponente se preguntó si realmente los medios traen el riesgo de una sociedad más violenta o a veces olvidamos otros aspectos de la realidad social que tienen una influencia más grande. También se cuestionó sobre lo que no sabemos, cuando los adolescentes acceden a la información, sobre la influencia de los medios, cómo sucede y por qué, y qué valor le dan a aquello que ven sobre violencia y sexo en sus experiencias. Aseguró que el acceso a los medios de comunicación es una más de sus actividades de ocio.

Otro aspecto que destacó es hasta qué punto los productos de los medios tienen en cuenta los intereses y demandas de los adolescentes: qué les gustaría ver si pudieran escoger.

La investigación cualitativa llevada a cabo por la ponente tuvo tres fases: una de encuestas (97 adolescentes de entre 12 y 16 años); el análisis de diarios personales de adolescentes en los que escribían lo que pensaban sobre los contenidos de violencia y sexo; y finalmente 22 entrevistas con madres y padres de adolescentes, además de cuatro grupos de discusión –uno por cada escuela–, cada uno con seis alumnos.

Los resultados sobre los hábitos de consumo televisivo muestran que es una actividad de entretenimiento no prioritaria, aunque sí generalizada. Los adolescentes valoran los programas de ficción y de humor, y aunque ven telebasura, son bastante críticos.

Respecto de la percepción de los contenidos, le dan más importancia a los referentes inmediatos de su entorno y son capaces de relativizar. Valoran que haya referencia a su vida cotidiana y a veces se sienten identificados con algunos personajes y situaciones, que les ayudan a mantener el interés. No sienten que los medios guíen su conducta.

Piden programas entretenidos, dinámicos, dirigidos a ellos –pero no con un tono paternalista–, que no sean necesariamente de ficción, en los que, por ejemplo, se hable de realidades como las drogas o la violencia y en los que puedan participar y dar su opinión.

En cuanto a la violencia, aseguran distinguir perfectamente entre la violencia de los programas de ficción y la real. Incluso aseguran que la violencia en la vida real –por ejemplo a través de los informativos– es superior a la que se presenta en

programas de ficción. En general, no presentan síntomas de desestabilización por ver programas con contenidos de violencia; más bien la televisión puede llegar a ser un vehículo de concienciación sobre violencia.

Respecto a los productos audiovisuales relacionados con el sexo, son críticos y distinguen entre sexo y relaciones amorosas. Se muestran en contra de esta clase de venta del sexo que hacen algunos medios y sienten que algo han aprendido sobre el tema a través de los medios. Se quejan de que, pese a estar muy presente, casi nunca se trata de forma que se responda a sus preguntas sobre el tema. Los amigos continúan siendo la principal fuente de información; no quieren hablar de sexo con los padres, aunque estos tengan una actitud receptiva; y piden programas que les puedan ayudar a resolver dudas. También se ven diferencias de percepción importantes según el género: los chicos presumen de sexo, mientras que las chicas piensan en las responsabilidades.

Puntos de partida hacia la educación

Algunos puntos de partida para la educación en medios de comunicación es convertir los contenidos en una herramienta para generar debates en el aula, desde la escuela estimular a los jóvenes para que creen sus contenidos audiovisuales, formar al profesorado, crear estímulos externos para que los alumnos se interesaran en la creación de trabajos audiovisuales, adaptar el espacio curricular para que la escuela pueda disponer de horas para trabajar esta temática y generar sinergias con los medios de comunicación locales para que se lleguen a emitir los mejores trabajos de los adolescentes.

Se debe contar con un temario básico de educación para los medios de comunicación; avanzar en el conocimiento del lenguaje de los medios para aprender a leer imágenes y a crearlas; conocer la importancia de las audiencias en la selección que hacen los productores; analizar quiénes controlan los medios, quiénes distribuyen y a partir de qué intereses; y, finalmente, se debe saber qué representación hacen de los medios y si son conscientes de las ideas, los mensajes y los valores que se están sugiriendo.

Además se debe orientar el trabajo en clase, provocar la conversación y el debate, centrarse en la experiencia de los alumnos, desarrollar perspectivas objetivas en la producción de materiales, favorecer las actividades de grupo, centrarse en el proceso de exploración y no sólo en encontrar respuestas, y flexibilizar y adaptar estos contenidos a otras áreas curriculares.

Por su parte, la familia debe orientar los contenidos sexuales que llegan a través de los medios audiovisuales.

Resumen de las ponencias realizado por el equipo de redacción del Ámbito María Corral.