

Adolescència.Trencar la incomunicació

XXVI Seminari interdisciplinari

Barcelona, 3 de desembre 2007

«Adolescència i mitjans de comunicació»

Magdalena Albero i Andrés

Doctora en Comunicació i Educació. Professora titular de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona

Davant la disjuntiva de com canviar els mitjans de comunicació o de com fer per a manegar-se amb ells correctament, la ponent va dir que la seva ponència es decanta per la segona opció: és necessari començar a deixar de parlar tant dels continguts dels mitjans de comunicació i començar a endinsar-se en l'ús que fa cada individu i en la interpretació que fa el que la rep.

Va estructurar la ponència a partir de tres aspectes: què sabem i què ens preocupa de com els adolescents miren els productes audiovisuals relacionats amb violència i sexe; en segon lloc, els resultats de la investigació qualitativa que ella ha portat a terme; i, finalment, un possible punt de partida per a l'educació en mitjans de comunicació.

Sobre el primer punt va assegurar que s'acusa als mitjans d'influir en l'apatia, l'absència de cultura de l'esforç, el consum d'alcohol i drogues, la violència i la precocitat de les relacions sexuals entre els adolescents. Segons Albero, els estudis sobre efectes i anàlisis de contingut mostren que aquestes afirmacions no estan del tot provades, i que acusar només als mitjans dels efectes negatius és donar-los-hi un poder excessiu. Els estudis amb un enfocament sociocognitiu destaquen la importància de la ment per donar sentit a la realitat, i afegeixen altres elements com l'entorn cultural i la interacció d'altres contextos socials com la família, l'escola, els amics, les característiques individuals i l'àmbit geogràfic i cultural.

Per tant, el consum dels mitjans es realitza enmig d'una xarxa complexa d'interaccions entre diferents agents socials i processos cognitius individuals i socials, com la cultura del grup i l'ús que fan els iguals d'aquests mitjans, els hobbies que orienten el consum d'Internet i el context familiar que orienta la interpretació dels continguts.

Com interpreten els adolescents?

La ponent es va preguntar si realment els mitjans porten el risc d'una societat més violenta o a vegades oblidem altres aspectes de la realitat social que tenen una influència més gran. També es va qüestionar sobre el què no sabem, quan els adolescents accedeixen a la informació, sobre la influència dels mitjans, com succeeix i per què, i quin valor li donen a allò que veuen sobre violència i sexe en les seves experiències. Va assegurar que l'accés als mitjans de comunicació és una més de les seves activitats d'oci.

Un altre aspecte que va destacar és fins a quin punt els productes dels mitjans tenen en compte els interessos i demandes dels adolescents: què els agradaria veure si poguessin triar-ho.

La investigació qualitativa portada a terme per la ponent va tenir tres fases: una d'enquestes (97 adolescents d'entre 12 i 16 anys); l'anàlisi de diaris personals d'adolescents en els que escrivien el que pensaven sobre els continguts de violència i sexe; i finalment 22 entrevistes amb mares i pares d'adolescents, a més de quatre grups de discussió –un per cada escola–, cadascun amb sis alumnes.

Els resultats sobre els hàbits de consum televisiu mostren que és una activitat d'entreteniment no prioritària, encara que sí generalitzada. Els adolescents valoren els programes de ficció i d'humor, i encara que veuen telescombria, en són bastant crítics.

Respecte de la percepció dels continguts, li donen més importància als referents immediats del seu entorn i són capaços de relativitzar. Valoren que hi hagi referència a la seva vida quotidiana i a vegades se senten identificats amb alguns personatges i situacions, que els ajuden a mantenir l'interès. No senten que els mitjans guiïn la seva conducta.

Demanen programes entretinguts, dinàmics, dirigits a ells –però no amb un to paternalista–, que no siguin necessàriament de ficció, en els que, per exemple, es parli de realitats com les drogues o la violència i en els que hi puguin participar i dir la seva opinió.

Quan a la violència, asseguren distingir perfectament entre la violència dels programes de ficció i la real. Fins i tot asseguren que la violència a la vida real –per exemple a través dels informatius– és superior a la que es presenta en programes de ficció. En general, no presenten símptomes de desestabilització per veure programes amb continguts de violència; més aviat la televisió pot arribar a ser un vehicle de conscienciació sobre violència.

Respecte als productes audiovisuals relacionats amb el sexe, són crítics i distingeixen entre sexe i relacions amoroses. Es mostren en contra d'aquesta mena de venda del sexe que fan alguns mitjans i senten que alguna cosa han après sobre el tema a través dels mitjans. Es queixen que, malgrat estar molt present, quasi mai no es tracta de manera que es respongui a les seves preguntes sobre el tema. Els amics continuen sent la principal font de informació; no volen parlar de sexe amb els pares, encara que aquests tinguin una actitud receptiva; i demanen programes que els puguin ajudar a resoldre dubtes. També es veuen diferències de percepció importants segons el gènere: els nois presumeixen de sexe, mentre les noies pensen en les responsabilitats.

Punts de partida cap a l'educació

Alguns punts de partida per a l'educació en mitjans de comunicació és convertir els continguts en una eina per generar debats a l'aula, des de l'escola estimular als joves perquè creïn els seus continguts audiovisuals, formar al professorat, crear estímuls externs perquè els alumnes s'interessessin en la creació de treballs audiovisuals, adaptar l'espai curricular perquè l'escola pugui disposar d'hores per treballar aquesta temàtica i generar sinergies amb els mitjans de comunicació locals per tal que s'arribin a emetre els millors treballs dels adolescents.

S'ha de comptar amb un temari bàsic d'educació per als mitjans de comunicació; avançar en el coneixement del llenguatge dels mitjans per tal d'aprendre a llegir imatges i a crear-les; conèixer la importància de les audiències en la selecció que fan els productors; analitzar qui controla els mitjans, qui distribueix i a partir de quins interessos; i, finalment, s'ha de saber quina representació fan dels mitjans i si són conscients de les idees, els missatges i els valors que n'estan suggerint.

A més s'ha d'orientar el treball a classe, provocar la conversa i el debat, centrar-se en l'experiència dels alumnes, desenvolupar perspectives objectives en la producció de materials, afavorir les activitats de grup, centrar-se en el procés d'exploració i no només en trobar respostes, i flexibilitzar i adaptar aquests continguts a altres àrees curriculars.

Per la seva banda, la família ha d'orientar els continguts sexuals que arriben a través dels mitjans audiovisuals.

Resum de les ponències realitzat per l'equip de redacció de l'Àmbit Maria Corral