



## Los jóvenes y los medios de comunicación

### El consumo de medios en jóvenes de secundaria

Javier Ballesta (dir.), José A. Gómez, Plácido Guardiola, Josefina Lozano, Francisca J. Serrano.

Madrid, Editorial CCS, 2003, 295 páginas.  
ISBN 84-8316-661-5

*Las destrezas básicas de comunicación y acceso a la información ---la lectura, la escritura, saber hablar correctamente--- constituyen una parte esencial de la alfabetización y suponen un requisito imprescindible para el conocimiento y para el aprendizaje. Eso es algo obvio y la propia palabra analfabeto lleva esa idea implícita. En la era de la información buena parte de la comunicación y del conocimiento se asientan sobre unas nuevas destrezas que si no básicas sí son casi imprescindibles: son las del uso y acceso a los medios de comunicación tecnológicos. Esta nueva alfabetización al contrario que la anterior se produce mayoritariamente fuera de la escuela e incluso fuera de la familia. Sin embargo su necesidad es cada día mayor para la educación y para el aprendizaje, y sobre todo si el aprendizaje se produce a distancia y en redes de comunicación.*

*Es por eso que consideramos de interés presentar el libro que hoy nos reseña Xavier Laborda en una publicación como RED que tiene como tema precisamente el de la EaD.*

M. Zapata

¿Qué leen, escuchan, miran y consultan los jóvenes? ¿A qué medios de comunicación atienden? Esas son las preguntas que se ha hecho un equipo de investigadores y profesores universitarios de Murcia. Los autores son José A. Gómez, Plácido Guardiola, Josefina Lozano y Francisca J. Serrano, que han realizado esta investigación bajo la dirección de Javier Ballesta. Han elaborado una encuesta con preguntas sobre los entrevistados y sus familias, la dotación y equipamiento domésticos y, finalmente, las preferencias y usos de los media por parte de los jóvenes. El libro *El consumo de medios en jóvenes de secundaria* es el informe de este excelente e interesante trabajo. Recoge el plan de trabajo y las conclusiones de 2400 encuestas realizadas a alumnos de enseñanza secundaria obligatoria de 41 centros. El estudio se realizó en la comunidad autónoma de Murcia durante el curso 2001 y 2002.

La tesis de fondo de la obra es interrogarse sobre si el consumo de medios iguala o diferencia a los usuarios. En esta intención interpretativa se aprecia un mérito notable de esta investigación, que brinda al lector la posibilidad de conocer la metodología aplicada, el contenido de la encuesta y los resultados parciales. La radio, Internet, la

lectura, la telefonía móvil, los géneros comunicativos son algunos de los aspectos que se tratan en *El consumo de medios en jóvenes de secundaria*.

Conviene destacar que los resultados aparecen analizados en diversos capítulos con tres perspectivas específicas. Por una parte se comenta las respuestas del colectivo de jóvenes, en su globalidad. Pero también se trata esta información de un modo diferencial al establecer los usos y preferencias del alumnado inmigrante. Y una tercera línea de análisis compara los resultados generales con los del alumnado con necesidades educativas especiales.

En la parte de conclusiones la obra recoge ideas sobre la progresiva individualización en el consumo de los medios, la dificultad de usar medios que requieren mayor capital cultural, como es el caso de la biblioteca de obras impresas, la preponderancia del género de la música o la importancia de los usos para la relación interpersonal.

Y cierra la obra un breve y enjundioso capítulo con recomendaciones. En él destacan los autores los resultados más relevantes de su estudio. De ellos deseamos mencionar tres cuestiones.

1.- La televisión es el aparato más difundido en el hogar, con la particularidad de que forma parte del equipamiento privado del joven, pues suele poseer un aparato en su habitación.

2.- Frente a la presencia mayoritaria de recursos audiovisuales quedan en un lugar muy pequeño los equipamientos como la biblioteca personal e Internet. Observan los autores del estudio *El consumo de medios en jóvenes de secundaria* que hay una relación entre la escasa presencia de estos recursos y el capital cultural que demandan esos medios, como son los ya mencionados de la biblioteca e incluso Internet. El consumo de recursos que exigen una preparación cultural menor tiene un papel considerable, en detrimento de los que implican un capital cultural considerable.

3.- La telefonía móvil tiene una presencia muy notable en los hábitos comunicativos de los jóvenes. De los usos del teléfono celular destaca la mensajería. Es digno de atención también el gasto económico que conlleva este aparato, que en el momento de estudio, en los años 2001 y 2002, era de 33 euros como gasto medio mensual de los jóvenes.

Por encima de los detalles de la investigación, el libro *El consumo de medios en jóvenes de secundaria* aporta una información capital para conocer con precisión los aspectos más importantes de los hábitos culturales de los jóvenes. Aporta datos e interpretaciones sobre la dotación, los equipamientos y las modalidades de acceso a la información. En el estudio aparecen tratados las aplicaciones que dan esos usuarios a Internet, televisión, radio, libros y publicaciones periódicas. Y permiten comprender cuáles son las tendencias culturales de estas generaciones emergentes y qué relación guarda ello con los medios de comunicación e información. A esta bondad material se añade otra más, que es de tipo formal o metodológica, pues los autores tienen la atención de presentar el proceso de su trabajo y las fases de recopilación de datos y de interpretación. Estas cualidades convierten un trabajo académico en una obra de muy atractiva e instructiva lectura.

Xavier Laborda Gil