

Rubén Ramos Antón

# La segunda piel: tecnología, hábitos culturales y jóvenes aragoneses en la era digital

Departamento  
Ciencias de la Documentación e Historia de la Ciencia

Director/es  
Pac Salas, David  
Cabrera Altieri, Daniel Horacio

<http://zaguan.unizar.es/collection/Tesis>



Reconocimiento – NoComercial – SinObraDerivada (by-nc-nd): No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.

© Universidad de Zaragoza  
Servicio de Publicaciones

ISSN 2254-7606



**Universidad**  
Zaragoza

Tesis Doctoral

# LA SEGUNDA PIEL: TECNOLOGÍA, HÁBITOS CULTURALES Y JÓVENES ARAGONESES EN LA ERA DIGITAL

Autor

Rubén Ramos Antón

Director/es

Pac Salas, David  
Cabrera Altieri, Daniel Horacio

**UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA**

Ciencias de la Documentación e Historia de la Ciencia

2016



**Universidad de Zaragoza**

Facultad de Filosofía y Letras

Departamento de Ciencias de la Documentación  
e Historia de la Ciencia

**LA SEGUNDA PIEL**  
**Tecnología, hábitos culturales y**  
**jóvenes aragoneses en la era digital**

Memoria para optar al Título de Doctor

Autor

**Rubén Ramos Antón**

Bajo la dirección de los doctores

**Daniel Horacio Cabrera Altieri**

**David Pac Salas**

Zaragoza, 2016



**Universidad**  
**Zaragoza**



## **AGRADECIMIENTOS**

Cuando se finaliza un trabajo de la magnitud de una tesis doctoral resulta imposible no referirse a las personas que de una u otra forma han formado parte de la aventura, aportando tantas y tantas cosas.

En primer lugar he de recordar la figura de Daniel Cabrera, quien me recibió una buena mañana de septiembre de 2011 en el Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza, cuando yo me presenté en su despacho con la peregrina idea de proseguir la investigación con la que había concluido el Máster que realicé entre los años 2009 y 2011 en la Universitat Oberta de Catalunya. Daniel supo redirigir mi energía y relativizar mis ansias, al mismo tiempo que despertar en mí la curiosidad por lo académico. *Azares* de la vida, sin embargo, me impidieron lanzarme a la aventura en aquel momento, posponiendo el asalto definitivo dos años. Otro septiembre, en esta ocasión de 2013 y por la tarde, volví a presentarme en el mismo despacho, en esta ocasión con la decisión inequívoca de poder cumplir lo que ya se había convertido en un sueño: realizar una tesis doctoral.

Daniel y David, mis dos directores de tesis, han sabido guiarme y encauzar mis pasos, corrigiendo aquello que han podido, dándome apoyos cuando los he necesitado y proporcionándome la autoestima necesaria para que esta empresa pudiera llegar a buen puerto. Pero no han estado solos.

He de reconocer la figura de mi viejo amigo, Chabier, compañero de miles de batallas, que fue un buen espejo donde mirarme. Él completó lo que yo vine a denominar *transmigración* del mundo profesional al académico unos años antes, demostrándome que era posible lo que yo pretendía.

Muchos de los aciertos que el lector o lectora pueden encontrarse son también obra de personas que me han aportado consejos, apoyo, buen criterio, reposo o sugerencias de todo orden. Entre ellos destacan mis compañeros del Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza, todos y cada uno de ellos. No obstante, he de hacer especial mención a los consejos de personas como Maite, Carmen o María, que siempre han estado ahí. Ellas me han sabido animar o tranquilizar, según la ocasión lo requiriera, aportando buenas dosis de una siempre necesaria experiencia.

Si esta tesis puede contar con algo atractivo y aportar interés en el mundo académico desde luego ello tendrá mucho que ver con sus principales protagonistas: los y las jóvenes. En especial quiero recordar y agradecer la labor de los ocho jóvenes que me abrieron sus vidas de par en par, colaborando desinteresadamente conmigo en una investigación de la que no sabían nada antes de conocerme. Ellos y ellas escribieron con sus palabras y testimonios la mayor parte de esta investigación, dotándole de sentido e interés. Siempre, por lo tanto, les estaré agradecido.

Para el final de este necesario apartado he querido dejar quizá a lo más importante, mi familia. Por un lado, mis padres (Santiago y Alicia) que me han acompañado en este caminar desde siempre, animándome incluso más de lo que yo mismo he llegado a hacer. A mis hermanos (Celia, Sergio y Santiago) en los que siempre he encontrado palabras de apoyo y al resto de mi familia.

A mi familia política, en tierras gallegas, cuya casa me ha servido de inspiración y refugio en distintos periodos vacacionales para poder recluirme entre mis estudios, para así acelerar la investigación y la escritura de esta tesis.

Pero, si esta tesis ha podido llegar hasta aquí, sin duda ha sido posible a la presencia de su auténtica coautora: Ángeles, Anxos, mi compañera de fatigas desde hace más de veinte años y a mis hijos: Antía y Lorient. Este vasto trabajo les ha robado horas

interminables de mi presencia, perdiéndome todo tipo de acontecimientos y momentos que muy posiblemente nunca volverán. Sin el apoyo de Anxos y la comprensión de Antía y Lorient, quienes me han animado y pedido que siguiera adelante, como me recordó Lorient, mi hijo de siete años, recientemente, sin su *rasmia*, nada de esto habría sido posible. Es más, nada de esto habría tenido sentido. Si alcanzo el ansiado reconocimiento de ser investido Doctor Universitario, debería compartir el mérito con mi familia, porque ellos, junto a mí, han sido quienes más han puesto de su parte.

Por supuesto que no puedo olvidarme de amigos, compañeros y gente querida que me ha ofrecido perspectivas, sugerencias, puntos de vista, o que simplemente me ha escuchado en todo este tiempo. Si me he olvidado de alguien importante, pido disculpas en este mismo momento, pero supongo que lo entenderán.

A mi viejo coche, un Ford Mondeo del año 2003, quien me llevó por los cuatro puntos cardinales de Aragón para poder realizar las distintas sesiones de entrevistas para completar las historias de vida. Posiblemente más de 3.000 kilómetros y muchas horas de carretera para desplazarme a comarcas como el Sobrarbe, las Cinco Villas, la Hoya de Huesca o el Bajo Aragón, la mayoría de las veces con su única compañía.

Gracias a todos y todas. Solo espero haber podido estar a la altura de las circunstancias y responder a las esperanzas que hayáis podido depositar en mí.

Pastriz – Beade (Vigo), marzo de 2016

Rubén Ramos Antón



# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	15
0.1.1. Preguntas de investigación.....	17
0.1.2. Hipótesis.....	20
0.1.3. Esquema Preguntas / Hipótesis.....	21
0.2. Justificante de la investigación.....	23
 <b>ESTRUCTURA DE LOS CAPÍTULOS</b> .....	 25

## PRIMERA PARTE

<b>CAPÍTULO 1. REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA</b> .....	33
1.1. Tiempos de revolución tecnológica.....	33
1.2. Sobre el concepto de sociedad de la información.....	44
1.3. La posible desaparición de la brecha digital.....	47
1.4. Aproximación a las teorías sobre la influencia mutua entre sociedad y tecnología.....	49
1.5. Redefinición de tiempo, espacio, público y privado.....	52
 <b>CAPÍTULO 2. LA SEGUNDA PIEL</b> .....	 57
2.1. Los avances tecnológicos como extensiones del ser humano.....	57
2.2. Hiperconectividad y adicción a las tecnologías de la información.....	61
2.3. La segunda piel.....	66
2.4. El auge de la tactilidad.....	67

<b>CAPÍTULO 3. LOS JÓVENES Y ARAGÓN</b> .....	69
3.1. Aragón. De periferia a centro.....	69
3.2. Acercamiento al concepto de juventud. El papel de los jóvenes como agentes de cambio social y tecnológico. <i>Early adopters</i> .....	78
3.3. Consumo cultural y jóvenes.....	80
3.4. Particularidades de la juventud en Aragón.....	84
3.5. ¿Muerte de la juventud?.....	94
<b>CAPÍTULO 4. APROXIMACIÓN A LOS DATOS CUANTITATIVOS SOBRE PENETRACIÓN TECNOLÓGICA Y CONSUMO CULTURAL ENTRE LOS JÓVENES EN ARAGÓN</b> .....	97
4.1. Penetración tecnológica en Aragón.....	98
4.2. Jóvenes y consumo cultural en Aragón.....	105
4.3. Conclusiones.....	121
<b>SEGUNDA PARTE</b>	
<b>CAPÍTULO 5. METODOLOGÍA</b> .....	125
5.1. Presentación.....	125
5.2. Diseño del estudio cualitativo. Ocho historias de vida.....	129
5.2.1. Las entrevistas.....	139

<b>CAPÍTULO 6. LA TECNOLOGÍA COMO EXTENSIÓN DE LOS Y LAS JÓVENES ARAGONESES</b> .....	143
6.1. Primer equipamiento tecnológico.....	146
6.2. El ordenador y las primeras comunicaciones: los chats.....	157
6.3. Messenger.....	164
6.4. Las primeras redes sociales: Tuenti y Facebook.....	171
6.5. Otras redes sociales.....	185
6.6. Ordenadores portátiles.....	190
6.7. Las otras extensiones.....	200
6.7.1. MP3, MP4.....	200
6.7.2. Tablets.....	202
6.7.3. Smart TV.....	206
<b>CAPÍTULO 7. LAS ÚLTIMAS EXTENSIONES. LOS TELÉFONOS MÓVILES</b> .....	209
7.1. Los primeros teléfonos móviles.....	211
7.2. Los smartphones.....	218
7.3. Whatsapp.....	223
<b>CAPÍTULO 8. REDEFINICIÓN DE ESPACIO Y DISTANCIA; DEPENDENCIA TECNOLÓGICA; BRECHA DIGITAL</b> .....	237
8.1. Redefinición de espacio y distancia.....	237
8.1.1. La desaparición de la oposición espacio urbano / espacio rural.....	237
8.1.2. Redefinición de la distancia.....	241
8.2. Dependencia tecnológica.....	245
8.3. Brecha digital.....	250
8.3.1. Brecha digital económica.....	250
8.3.2. Brecha digital generacional.....	253

<b>CAPÍTULO 9. HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL</b> .....	255
9.1. Lectura de libros.....	255
9.2. Prensa escrita impresa.....	261
9.3. Prensa escrita no impresa y otros canales de información.....	266
9.4. Radio.....	270
9.5. La música.....	275
9.6. Televisión.....	284
9.7. Cine y contenidos audiovisuales.....	293
9.8. Otras manifestaciones culturales.....	299
<b>CAPÍTULO 10. CONCLUSIONES</b> .....	307
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	317

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1. Millones de líneas de Internet de banda ancha móvil en el mundo.....	37
Tabla 2. Millones de líneas de Internet de banda ancha fija en el mundo.....	39
Tabla 3. Millones de líneas de telefonía fija en el mundo.....	41
Tabla 4. Equipamientos TIC en los domicilios aragoneses.....	102
Tabla 5. Ámbito urbano / rural e interés por la tecnología.....	139
Tabla 6. Esquema de las entrevistas.....	141
Tabla 7. Dimensiones a analizar.....	142

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Evolución de líneas de banda ancha móvil en el mundo por regiones (en millones).....	38
Gráfico 2. Evolución de la penetración de la conexión a Internet por banda ancha fija en el mundo por regiones (en millones).....	40
Gráfico 3. Evolución de la penetración de la telefonía fija en el mundo por regiones (en millones de líneas).....	42
Gráfico 4. Penetración de las tecnologías de la información en el mundo.....	43
Gráfico 5. Densidad de población (2014).....	71
Gráfico 6. Evolución de la población aragonesa (1900-2014).....	73
Gráfico 7. PIB per capita en Europa (2011). Eurostat.....	76
Gráfico 8. Porcentaje de jóvenes de 20 a 29 años por comarcas.....	85
Gráfico 9. Porcentaje de población extranjera de 20 a 20 años por comarcas....	89
Gráfico 10. Evolución de la población de entre 20 a 29 años en Aragón (años 2000-2014).....	90
Gráfico 11. Nivel de instrucción de las personas mayores de 16 años en Aragón y comparación con la media española.....	92

Gráfico 12. Comparativa del paro juvenil (menores de 25 años) por comunidades autónomas y media estatal. Encuesta de Población Activa, primer trimestre de 2015.....	93
Gráfico 13. Porcentaje de individuos con acceso regular a Internet entre los 16 y los 74 años en la Unión Europea por regiones. Eurostat.....	100
Gráfico 14. ¿Cuál de estos aparatos y nuevas tecnologías cree que ha cambiado más la vida cotidiana de las familias en nuestro país? Fuente: CIS marzo de 2015.....	104
Gráfico 15. Gasto en bienes y servicios culturales por características del sustentador principal. Fuente: Instituto Aragonés de Estadística con datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares. INE.....	107
Gráfico 16. Evolución de la difusión de los diarios aragoneses (1975-2013). Fuente Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).....	120
Gráfico 17. Procedencia de los jóvenes entrevistados.....	138
Gráfico 18. Penetración tecnológica desde 1950.....	211



# INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información han experimentado a lo largo de las dos últimas décadas profundos cambios que han transformado completamente tanto el ecosistema mediático como la forma de comunicarse de los seres humanos. La aparición y consolidación de nuevas tecnologías, que han logrado una expansión y una aceptación social en todo el mundo, sin prácticamente precedentes en la historia, entre otras cosas por la rapidez en difundirse, ha cambiado la forma de acceder a la información e incluso a la cultura.

La aparición de estas tecnologías y su posterior popularización ha abierto numerosos interrogantes, al mismo tiempo que ha dado paso a que, en demasiadas ocasiones, se realizaran análisis apresurados sobre sus consecuencias. Estos análisis sobre los efectos de las nuevas tecnologías en la sociedad han incluido habitualmente los mismos discursos atribuidos en el pasado a otros avances tecnológicos experimentados por la sociedad.

Entre las novedades de los avances tecnológicos relacionados con la información destaca el rol adoptado por la juventud en su desarrollo. La juventud ha desempeñado un papel determinante en la expansión de estas tecnologías y en la forma en la que estas se han extendido y consolidado en la sociedad. Se trata de un sector de la población que a lo largo del siglo XX adquirió un importante papel como sujeto político y económico, al que se comenzaron a dirigir los productos de la industria cultural. Hasta entonces, la juventud ya se había acostumbrado en algunas sociedades a difundir los avances tecnológicos en el medio rural a consecuencia de su movilidad, que facilitaban entre otras cosas los estudios, el servicio militar o la búsqueda de

empleo en las ciudades.

En esta ocasión la juventud ha adquirido una nueva faceta al interiorizar las tecnologías digitales de la información como parte de su entorno vital. Ello ha provocado la aparición de conceptos que definen a los jóvenes que han nacido y han crecido en este periodo de cambios, como el de *Digital Natives*, *generación net* o *generación @* entre otros. Más allá del significado de estos u otros conceptos o de lo más o menos acertado de su designación lo cierto es que la juventud ha jugado un importante papel a la hora de la difusión de estas tecnologías, siquiera de un modo diferente a como podía haber ocurrido en otros momentos de la historia.

Los cambios surgidos al calor del desarrollo de las tecnologías de la información también han dado lugar a la aparición de otros conceptos, que definen la distinta forma de interiorizar los avances o incluso el acceso a las propias tecnologías, dependiendo de causas como la edad, la capacidad económica o incluso la adscripción de una zona más o menos cercana a los centros urbanos donde se han focalizado estos cambios: la brecha digital.

Las profundas transformaciones que se están viviendo a lo largo del desarrollo de las tecnologías de la información, sin embargo, obligan a una continua revisión tanto de los conceptos como de los efectos que estas, las tecnologías, producen en la sociedad. Analizamos un proceso en constante cambio, en el que la sociedad se encuentra adaptándose casi cada día a las innovaciones que se están produciendo.

Todo este proceso lo analizamos desde Aragón, intentando abordarlo desde una óptica *hic et nunc*. En primer lugar porque, siguiendo la máxima ecologista de *piensa global, actúa local*, a través de los cambios observados en lo más cercano es posible entender las grandes transformaciones que se están produciendo a escala planetaria. En segundo lugar porque la propia idiosincrasia aragonesa aporta numerosos matices que

enriquecen y hacen más interesante la investigación. Aragón tradicionalmente se ha considerado un territorio periférico en el concierto del Estado español, alejado tanto de los grandes centros de decisión política como de los de desarrollo económico. Esa contradicción *centro vs periferia* se repite, asimismo, dentro de la propia Comunidad Autónoma, con una ciudad como Zaragoza, que supera ampliamente el medio millón de habitantes y el resto del territorio, poco poblado y con una pirámide poblacional muy envejecida, con comarcas cuya densidad de población se asemeja más al desierto del Sáhara que a muchas zonas europeas.

Con estas características, todavía cobra más interés el papel que desempeña una juventud nacida y socializada al calor de las tecnologías de la información. En un escenario de un territorio considerado tradicionalmente periférico, con enormes desequilibrios internos, especialmente en peso poblacional y desarrollo de infraestructuras.

Por ello a través de esta investigación se pretende conocer la forma en la que los jóvenes aragoneses, nacidos en torno al surgimiento de la *World Wide Web* que popularizó Internet, en 1992, se relacionan con las tecnologías de la información. Asimismo, también se persigue entender el modo en el que esta relación influye en la forma de acceder a la cultura, siendo que esta se encuentra mediatizada por unas tecnologías que en muy poco tiempo han logrado alcanzar prácticamente a todas sus manifestaciones.

Para conocer esta realidad hemos intentado acercarnos a los jóvenes, de la mano de ocho de ellos, cuatro del ámbito urbano y cuatro del rural. Son ellos los verdaderos protagonistas de esta investigación, quienes le han dado sentido y quienes, con sus propias experiencias y testimonios, han guiado su redacción.

### **0.1.1. Preguntas de investigación**

La presente investigación pretende de responder a la siguiente pregunta de investigación:

*¿En qué modo las nuevas tecnologías de la información influyen en los hábitos de consumo cultural de los jóvenes aragoneses?*

En un momento en el que la penetración tecnológica coincide con profundos cambios de hábitos culturales y comunicacionales. La aparición de Internet, la telefonía móvil y otras plataformas de acceso a la información han obligado a adaptarse a los medios de comunicación tradicionales, de un modo todavía más profundo del que supuso en su día el advenimiento de la fotografía, el cine, la radio o la televisión.

De hecho, es abundante la literatura científica o académica que relaciona la penetración de Internet con la posible desaparición de los periódicos impresos, con una tendencia clara hacia la migración del medio (Díaz Nosty, 2013: 3). Además de los periódicos, el resto de medios también se han visto influenciados de forma notable por Internet, en ocasiones obteniendo un reseñable auge, desde sus mismos inicios, como es el caso de la radio (Castells, 2001: 224) o incluso amenazando la propia fabricación de receptores y provocando cambios en la forma en la que se consume en otros casos, como por ejemplo la televisión (Gilder: 1992) (Negroponte: 1995).

El papel que pueden representar los y las jóvenes en el desarrollo de estas tecnologías y en las nuevas formas de consumir productos culturales y mediáticos puede adquirir una gran importancia de cara a analizar la tendencia de estas actividades en la sociedad del futuro. No en vano, se considera que el comportamiento de los jóvenes crea tendencia conforme difundan sus usos en sus respectivas redes sociales y se vayan

incorporando al mercado laboral (Pisani y Piotet, 2009: 31). Otro concepto que viene a definir un comportamiento similar es el de *trendsetter*, definidor de tendencias culturales que más tarde son asumidas por toda la sociedad. Un papel que se considera clave en una sociedad denominada de la información o del conocimiento (García Canclini, 2012: 5).

De hecho, en los últimos años se ha popularizado el concepto *Digital natives*, acuñado por Marc Prensky (2001) y que engloba a aquellos jóvenes nacidos en plena eclosión de la era digital, en los años 90 del siglo XX. El término, a pesar de resultar contradictorio y discutible, viene a resaltar la importancia de un sector de la población como agente de cambio social en un momento en el que, como ya se ha comprobado, los adelantos tecnológicos se consolidan a una velocidad nunca antes conocida en nuestra historia.

Relacionado con la principal pregunta de investigación planteada, se encuentran otras cuestiones relacionadas con el objeto de estudio: los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años, que se pueden estructurar a partir de tres objetivos secundarios:

- **Identificar el alcance y la penetración tecnológica en las vidas de los jóvenes aragoneses.** A partir de ahí, conocer los hábitos culturales de los jóvenes aragoneses, tanto del ámbito rural como del urbano.
- **Conocer los hábitos culturales de los jóvenes aragoneses del ámbito rural y urbano.**
- **Explorar el modo en el que los jóvenes, nativos digitales, se convierten en *trendsetters* (marcadores de tendencias) dentro de la sociedad aragonesa, conocida su capacidad para experimentar el cambio social.**

### 0.1.2 Hipótesis

La hipótesis de partida de la presente investigación parte del convencimiento de que los jóvenes han convertido las llamadas tecnologías de la información (especialmente Internet y la telefonía móvil) en parte de su hábitat natural y que, por lo tanto, la forma en la que consumen la cultura se encuentra totalmente mediatizada por estas.

Sin embargo y a pesar de la percepción social que en ocasiones se pueda dar, o del propio desarrollo del concepto de *Digital Natives*, otro de los puntos de vista con la que se encara esta investigación radica en la diferenciación entre el joven y el *geek*, concepto específico de persona especialmente interesada por las nuevas tecnologías de la información, sobre todo la informática. Siguiendo lo que apuntan algunas de las investigaciones sobre la relación entre jóvenes y tecnologías de la información (Boyd en Pisani y Piotet, 2009: 34), las inquietudes de estos no pasan por la tecnología, sino por la necesidad de estar en contacto con sus pares. De este modo, la tecnología de la información no representaría más que un medio para alcanzar dicho objetivo.

Teniendo en cuenta las particularidades de Aragón, el lugar donde se produce la investigación, otra de las hipótesis hace referencia a un proceso que ya comenzó a ser apuntado a mediados del siglo XX: la desaparición de la diferencia entre lo urbano y lo rural a la hora del consumo y apropiación de la cultura y las nuevas tecnologías.

La hipótesis de partida, por lo tanto, parte de que con Internet y las nuevas tecnologías de la información, se suprimen la distancia, y con ella las diferencias entre los jóvenes urbanos y rurales en las formas de comunicarse, acceder a la información, consumir la cultura o incluso relacionarse entre ellos.

Otro aspecto destacable, relacionado con las preguntas de investigación es que los

jóvenes sí desempeñan en cierto modo un importante papel en la consolidación de las nuevas tecnologías. Sin embargo, esta sería una parte del proceso que por otro lado se encontraría reduciendo la denominada brecha digital (*Digital divide*). Esto es, cada vez habría menos diferencias entre los distintos sectores sociales en el acceso e interiorización de las tecnologías de la información.

### **0.1.3 Esquema Pregunta / Hipótesis**

P1. ¿Qué papel juegan las tecnologías de la información en la vida de los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años?

H1: Las tecnologías de la información forman parte del hábitat natural de los y las jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años. Estas tecnologías mediatizan totalmente tanto la forma de relacionarse con sus pares como la forma de acceder a los productos culturales.

P2: ¿Cuál es el grado de penetración de las tecnologías de la información en la vida de los jóvenes aragoneses de 20 y 30 años?

H2: Los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años se encuentran *hiperconectados* a través de las tecnologías de la información. Fundamentalmente esta hiperconectividad se ha producido tras la popularización del acceso a Internet a través de telefonía móvil y de las aplicaciones de mensajería instantánea.

P3: ¿Es diferente la forma en la que acceden los jóvenes del entorno urbano y el entorno rural a la cultura a través de las tecnologías de la información?

H3: Las actuales tecnologías de la información han modificado completamente la noción de distancia, del espacio y del tiempo. Actualmente no hay diferencias entre la forma en la que acceden a los productos culturales los jóvenes de entornos urbanos con los jóvenes de entornos rurales. Lo mismo ocurre en cuanto a la utilización de las tecnologías de la información como tecnologías de relación con sus pares.

P4: ¿Las diferencias de clase social o de nivel adquisitivo influyen en la forma en la que los jóvenes acceden y utilizan las tecnologías de la información?

H4: La pertenencia a diferentes clases sociales o el nivel adquisitivo no supone una diferencia a la hora de que los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años accedan a las tecnologías de la información, tanto para el consumo de productos culturales como para relacionarse entre ellos.

P5: ¿Cuál es el papel de definidores de tendencias (*trendsetters*) tecnológicas de los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años?

H5: Los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años juegan un importante papel como definidores de tendencias tecnológicas, si bien cada vez se acortan más las distancias con las generaciones que les anteceden. La huella digital (*Digital Divide*) tiende a reducirse en todos sus valores, también en el que hace referencia a la edad.

P6: ¿Se encuentran los *Digital Natives* aragoneses de entre 20 y 30 años especialmente

atraídos o interesados por los elementos tecnológicos?

H6: El principal interés de los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años dista mucho de ser la tecnología. Los jóvenes conciben esta como un medio para estar en contacto y relacionarse con sus pares o para buscar las informaciones que les pueden interesar. Los intereses básicamente son los mismos que los de los jóvenes de épocas predigitales.

## **0.2. Justificación de la investigación**

En un momento de profundos cambios sociales acelerados en los últimos veinte años con la aparición de Internet, pero originados con mucha anterioridad, una investigación de estas características pretende entender e interpretar mejor estas transformaciones, así como sus efectos en el mundo que nos rodea.

Cuando se atraviesa una crisis de estas características (utilizada en esta ocasión la palabra crisis en su sentido más etimológico, el que hace referencia a profundos cambios y mutaciones) resulta habitual encontrarse análisis apresurados. Dentro de estos, también son frecuentes los excesivamente entusiastas o, por el contrario, totalmente escépticos frente a dichas transformaciones y del rol que desempeñan en ellas las tecnologías emergentes. Este tipo de posturas han llevado a pensar a algunos autores que nos encontramos ante una actitud que podría ser denominada como *sonambulismo tecnológico*, entendido este como que "[los humanos] caminamos sonámbulos de buen grado a través del proceso de reconstrucción de las condiciones de la existencia humana" (Winner, 2008: 17). A este concepto ya se había referido en los años cincuenta Marshall McLuhan (1996: 33).

La investigación, por lo tanto, pretende acercarse a la realidad de los jóvenes que se

encuentran experimentando de un modo directo estos cambios, de modo que nos dote de herramientas para entender cuáles pueden ser los efectos de estos en la sociedad del futuro.

Tal y como ya se ha explicado anteriormente, los jóvenes que actualmente tienen edades comprendidas entre los 20 y los 30 años, nacieron coincidiendo con el nacimiento y popularización de Internet y formarían parte de la primera generación de *Digital Natives*. Asimismo, ya comienzan a disponer de una importante capacidad de influencia en la sociedad del futuro, incluso en la del presente, dado que se encuentran en pleno proceso de finalización de su etapa formativa (en el caso de que no lo hayan hecho ya) y de incorporación al mercado laboral.

# ESTRUCTURA DE LOS CAPÍTULOS

## Capítulo 1. Revolución tecnológica

El primer capítulo aborda las numerosas transformaciones que se han producido en la sociedad tras la aparición de las tecnologías de la información, comenzando por Internet, una tecnología que comenzó a popularizarse en todo el mundo a partir de mediados de los años noventa. Se parte de un análisis de los datos de tipo cuantitativo de penetración de las tecnologías de la información en el mundo y cómo está reduciéndose la diferencia en los últimos años entre las distintas regiones del planeta.

El capítulo aborda también conceptos como el de sociedad de la información, así como las posibles discusiones terminológicas que sobre este se pueden suscitar.

Con estos datos, se analiza la posible desaparición de la brecha digital, analizando el comportamiento de los últimos años de desarrollo de las tecnologías de la información.

Se recorren, asimismo, algunas de las teorías que han ido analizando la relación entre sociedad y tecnología. La forma en la que la tecnología responde a una construcción social y se consolida en la sociedad.

Por último y como consecuencia del propio desarrollo de las tecnologías de la información, como consolidación de un proceso que comenzó hace décadas, se analiza la posible redefinición de conceptos como el tiempo, el espacio público o privado y la

distancia.

## **Capítulo 2. La segunda piel**

Este capítulo, segundo en el que se aborda el marco teórico, constituye el análisis del papel que desempeñan las tecnologías, como extensiones de los sentidos del ser humano. A lo largo del mismo se describen algunos conceptos que surgen como consecuencia de que las tecnologías de la información supongan la extensión del cerebro, como es el caso de la hiperconectividad, y se analiza la posibilidad de que de esta dimane dependencia o incluso adicción. Para ello se realiza un acercamiento terminológico, clarificando cada uno de estos conceptos y su significado.

Esta parte también desarrolla la idea de tecnología como segunda piel, como unión entre la parte biológica y la parte tecnológica del ser humano.

## **Capítulo 3. Los jóvenes y Aragón**

La tercera y última parte del marco teórico describe por un lado el concepto de joven y como este ha ido cambiando a lo largo de la historia. La aparición de la juventud como un agente político y económico, en el siglo XX, al que la industria cultural dirige sus productos. Asimismo, también se desarrolla el modo en el que los y las jóvenes se apropian de las tecnologías de la información, siendo considerados elementos de cambio social, a través de esta.

Por otra parte, también se aborda el cambio producido en Aragón, principalmente a lo largo del siglo XX, atendiendo especialmente a la transformación de los datos cuantitativos sobre la estructura y distribución de su población. Una transformación que tiene un eco igualmente en datos de tipo económico y que suponen el cambio de rol para Aragón, que ha dejado de ser un territorio periférico, en cuanto a que se

encuentra alejado de los cambios tecnológicos y culturales.

Uniendo ambos conceptos se describen las características propias de la juventud aragonesa, atendiendo a datos de tipo cuantitativo.

#### **Capítulo 4. Aproximación a los datos cuantitativos sobre penetración tecnológica y consumo cultural entre los jóvenes en Aragón**

El objetivo de este capítulo es analizar datos de tipo cuantitativo que apoyan las hipótesis sobre el cambio social experimentado en Aragón, así como sobre la redefinición de la distancia y las diferencias entre el espacio urbano y espacio rural.

Para ello se analizan datos sobre la penetración tecnológica y los hábitos culturales en Aragón, de diferentes instituciones y entidades de reconocido prestigio. Estos datos se ponen en relación con los que arroja el resto del Estado español, así como la UE-28.

#### **Capítulo 5. Metodología**

Capítulo que describe la metodología que se desarrolla en el trabajo de campo, de tipo cualitativo. Una vez analizados los datos cuantitativos sobre penetración tecnológica y hábitos culturales se opta por un la realización de ocho historias de vida a otros tantos jóvenes con el objetivo de que, a través de sus experiencias, se describa la relación de la juventud aragonesa con la tecnología y de qué modo esta consume la cultura.

A través de esta técnica (historias de vida) también se obtiene información sobre cómo ha sido el proceso de penetración tecnológica a lo largo de la vida de estos jóvenes, así como en qué medida se han influyen sus contextos (familiares, sociales, etc.), su grado de instrucción o su residencia en zonas rurales o urbanas.

## **Capítulo 6. La tecnología como extensión de los y las jóvenes aragoneses**

Con este capítulo comienza la fase expositiva de la investigación. En él se analizan el papel que desempeña la tecnología como extensión de los jóvenes aragoneses. Para ello se plantea un desarrollo cronológico, comenzando por los elementos tecnológicos que encontraban los jóvenes en sus domicilios en sus primeros años de vida, así como el desarrollo posterior que se ha ido realizando a lo largo de los años: el ordenador y las primeras comunicaciones (chats); Messenger; las primeras redes sociales (Tuenti y Facebook); Otras redes sociales; Las otras extensiones (MP3, MP4...).

En el desarrollo se describe cómo se han ido modificando los comportamientos de los jóvenes con estas tecnologías con el paso del tiempo, empujados por la *presión social* que supone el grupo.

## **Capítulo 7. Las últimas extensiones. Los teléfonos móviles**

Las últimas extensiones de los jóvenes, los teléfonos móviles, han adquirido en los últimos años tal protagonismo que se decidió que ocuparan un capítulo propio, que relatará la forma en la que ha evolucionado la relación con estos dispositivos.

Como en el capítulo anterior, se plantea una descripción cronológica, partiendo de los primeros móviles, pasando posteriormente por los *smartphones* y por la presencia de los programas de mensajería instantánea, especialmente *Whatsapp*, omnipresente en todos los testimonios de los jóvenes.

## **Capítulo 8. Redefinición de espacio y distancia; dependencia tecnológica; brecha digital**

El capítulo octavo constituye un análisis de la forma en la que la distancia o la brecha digital (por razones económicas, de formación, de pertenencia a un ámbito rural o urbano o incluso a diferencias generacionales) se han visto modificadas en las vidas de los jóvenes en los últimos años.

Otro de los asuntos abordados es el alto grado de penetración tecnológica que atestiguan los jóvenes y, en consecuencia, la dependencia que de ella se puede derivar, enfocada desde los discursos de los jóvenes por sus propias experiencias.

## **Capítulo 9. Hábitos de consumo cultural**

Este apartado analiza cómo son los hábitos de consumo cultural y en qué medida intervienen las tecnologías de la información para que estos se realicen en la vida de los jóvenes investigados.

El capítulo se estructura a partir de los testimonios de los jóvenes entrevistados, analizando cada una de las manifestaciones culturales que han surgido tras la realización de la investigación: lectura de libros; prensa escrita impresa; prensa escrita no impresa y otros canales de información; radio; música; televisión; cine y contenidos audiovisuales; y otras manifestaciones culturales.

## **Capítulo 10. Conclusiones**

Por último, las conclusiones se estructuran en dos apartados. En primer lugar con la respuesta a las preguntas de investigación planteadas en el capítulo 5 y la confirmación o rectificación de las hipótesis.

Una conclusión final de toda la investigación sirve como conclusión a esta tesis doctoral.

# PRIMERA PARTE



# CAPÍTULO 1

## REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

### 1.1. Tiempos de revolución tecnológica

Los cambios tecnológicos y culturales experimentados en los últimos años, como la popularización de Internet y de la comunicación móvil, han supuesto una profunda transformación en la sociedad. Prácticamente todos los aspectos de la vida se han visto modificados por las mutaciones generadas tras el nacimiento y desarrollo de estas tecnologías, entre ellos los consumos culturales y, por supuesto, los medios de comunicación.

Cronológicamente la primera de estas decisivas transformaciones llegó de la mano de Internet, que surgió como un proyecto del gobierno de Estados Unidos concebido en el contexto de la Guerra Fría. La idea originaria era desarrollar un proyecto de conexión descentralizado de los equipos informáticos norteamericanos que pudiesen sobrevivir ante un eventual ataque nuclear. Este proyecto, denominado ARPA y posteriormente ARPANET sería el germen de la red que hoy en día abarca a todo el mundo.

La gestación y desarrollo del proyecto puso de manifiesto sinergias entre parte del ejército de Estados Unidos y académicos provenientes de la Universidad, en un periodo histórico caracterizado por la efervescencia política y cultural (Castells, 2006: 46). Esta relación entre dos universos aparentemente contrapuestos explica para autores como Castells (2001: 51) la presencia intrínseca de una concepción de la libertad que impregnará el desarrollo de la nueva tecnología y que se plasma en la

aparición de conceptos como el de la cultura colaborativa o la ética *hacker* (Himanen en Castells, 2001: 56). Se ha de notar al respecto del concepto de *hacker* que, a pesar del sentido peyorativo que habitualmente recibe a través de los medios de comunicación, correspondería a aquella persona que dispone de amplios conocimientos informáticos y sobre el funcionamiento de una red. Por lo tanto, el término más adecuado para definir al pirata informático, con el que habitualmente se confunde al *hacker* sería *cracker*.

Lo que comenzó como un secreto proyecto militar, en 1992 pasó a desarrollarse ante el gran público, con la aparición de la *World Wide Web*, que simplificó el acceso a Internet, de la mano de una tecnología cada vez más transparente y accesible. A este respecto, Clarck (2003: 28) define las tecnologías transparentes como aquellas que se encuentran tan integradas en nuestras vidas que su uso se convierte en invisible.

Desde ese momento el avance experimentado por Internet resulta imparable. En 2013 el número de usuarios en el mundo se estimaba en 2.686 millones, un 37,9% de la población mundial (Urueña, 2014: 28), con un aumento de un 8% con respecto al año anterior.

La evolución en el grado de penetración de Internet desde 1992 logró convertir a esta en la tecnología que, hasta su aparición, había alcanzado una mayor progresión en menor tiempo (Pisani y Piotet, 2009: 18) en toda la historia de la humanidad.

La irrupción de nuevas tecnologías en la sociedad no había conocido hasta el momento un desarrollo tan fulgurante. Baste señalar que cincuenta años después de la aparición de la imprenta se habían editado veinte millones de ejemplares de libros en Europa, aproximadamente uno por cada cinco habitantes (Satué, 2012: 48). En menos de la mitad del tiempo, desde que se lanzó por primera vez la *World Wide Web* se considera que casi cuatro de cada diez habitantes del planeta son usuarios de Internet.

Algunos autores, como es el caso de Paul Saffo, han estudiado el modo en que una nueva tecnología o avance técnico penetra en la sociedad, llegando incluso a cuantificar el tiempo que es necesario hasta que una nueva tecnología pueda consolidarse. Saffo se refiere a ello en la denominada "regla de los 30 años" (Saffo, 1992). Tres décadas sería el tiempo necesario para que una tecnología pasase de la fase en la que despierta mayor entusiasmo hasta que se convierte en una tecnología estándar, aceptada mayoritariamente. Así, en todo caso, habría sido en los últimos quinientos años.

En lo que respecta a Internet, sin embargo, la nueva tecnología ha logrado ser asumida por una parte importante de la población mundial antes incluso de que se cumpliera ese ciclo.

Tan solo dos décadas después del nacimiento de la Worl Wide Web, el efecto de Internet en la sociedad ya era calificado como una revolución por muchos investigadores (Manovich, 2005: 64). La red se ha convertido en una auténtica ágora virtual (Castells, 2001: 160) (Levy, 2004), que ha dado paso a novedosas formas de relación entre las personas. Algunas de ellas repiten esquemas de las relaciones que se producen en el mundo *offline* y en otras ocasiones, puede al menos parecer que se trata de relaciones totalmente novedosas.

De hecho, la propia terminología ha sufrido importantes variaciones, apareciendo conceptos como *online* u *offline*, que hacen referencia a las relaciones que se mantienen dentro o fuera de Internet. Antes de que se llegasen a popularizar dichos términos, algunos autores propusieron conceptos como la comunicación cara a cara, interacción mediática o casi interacción mediática (Thompson, 1998: 117).

Pero las hondas transformaciones sociales que ha impulsado Internet pronto vivirían

una segunda revolución digital, de la mano de la telefonía móvil. Si la penetración de la red de redes había provocado que esta fuese la tecnología que más rápidamente se había consolidado en la sociedad hasta entonces, la llegada de los teléfonos móviles la superaría con creces (Pisani y Piotet, 2009: 277).

Si bien la telefonía móvil ha logrado penetrar a gran velocidad en todo el mundo, también en muy pocos años ha experimentado un importante desarrollo técnico que le ha permitido convertirse en una herramienta más de acceso a Internet. La siguiente fase, especialmente desarrollada a través de la popularización de los llamados *smartphones*, ha agudizado todavía más la presencia de Internet en la población, caracterizándose a partir de ese momento por la ubicuidad de la conexión a la red.

La confluencia de ambos procesos ha dado lugar a una nueva forma de entender la información y la comunicación. De hecho, la conexión a Internet de alta velocidad a través de terminales móviles abarca hoy en día a una buena parte de los habitantes del planeta, conociendo importantes aumentos año tras año en todos los continentes y con una tendencia claramente en progresión. Esta tendencia al alza se mantiene casi del mismo modo en prácticamente todos los países del mundo. De hecho, los mayores aumentos se están produciendo en los países que se podrían considerar parte de la periferia económica mundial.

En 2013 el número de líneas de telefonía móvil con banda ancha en el mundo alcanzaba los 1.916 millones (26,7 líneas por cada cien habitantes). Con respecto a 2012 se produjo un aumento del 24,25% de líneas (un total de 374 millones de líneas nuevas). Todos los datos cuantitativos que se exponen a partir de ahora sobre el grado de penetración de las tecnologías de la información en el mundo provienen de Urueña (2014).

Porcentualmente la zona del planeta que en el último año conoció un mayor aumento

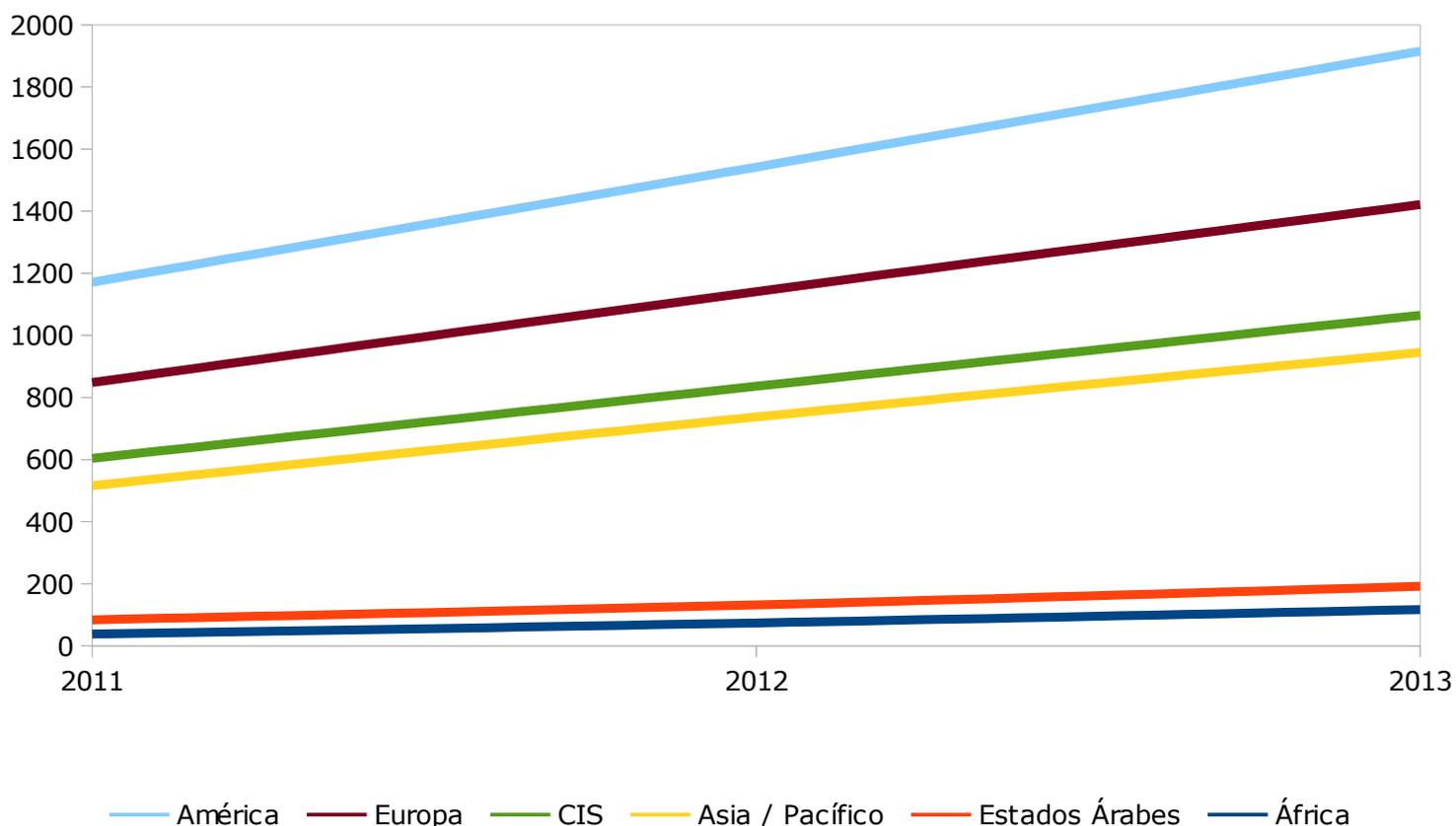
en el número de líneas de Internet de banda ancha móvil fue África (de 74 a 117 millones, un 59,6%), seguida por los Estados Árabes (de 75 a 92 millones, un 30%). Por detrás de estas regiones se sitúan Asia/Pacífico (de 605 a 753 millones de líneas, un 24,4% de aumento), América (de 401 a 494, 23,1%), la Comunidad de Estados Independientes (de 99 a 120, 21%) y Europa (de 305 a 356, 16,85).

**Tabla 1. Millones de líneas de Internet de banda ancha móvil en el mundo**

Región	2011	2012	2013	Aumento 2012/13	Líneas de banda ancha móvil / 100 habitantes
África	38	74	117	59,60%	13,3
Estados Árabes	46	58	75	30,00%	20,6
Asia / Pacífico	432	605	753	24,40%	18,8
CIS	88	99	120	21,00%	42,6
Europa	244	305	356	16,80%	57,1
América	323	401	494	23,10%	51,1
Total mundo	1171	1542	1916	24,20%	26,7

Fuente: Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones

**Gráfico 1. Evolución de líneas de banda ancha móvil en el mundo por regiones (en millones)**



Fuente: Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones. Elaboración propia

Se observa, por lo tanto, que las zonas del mundo que parten con mayor penetración tecnológica experimentan una desaceleración en el aumento de número de líneas por

habitante en los últimos años, a diferencia de lo que ocurre en zonas emergentes o tradicionalmente más desfavorecidas.

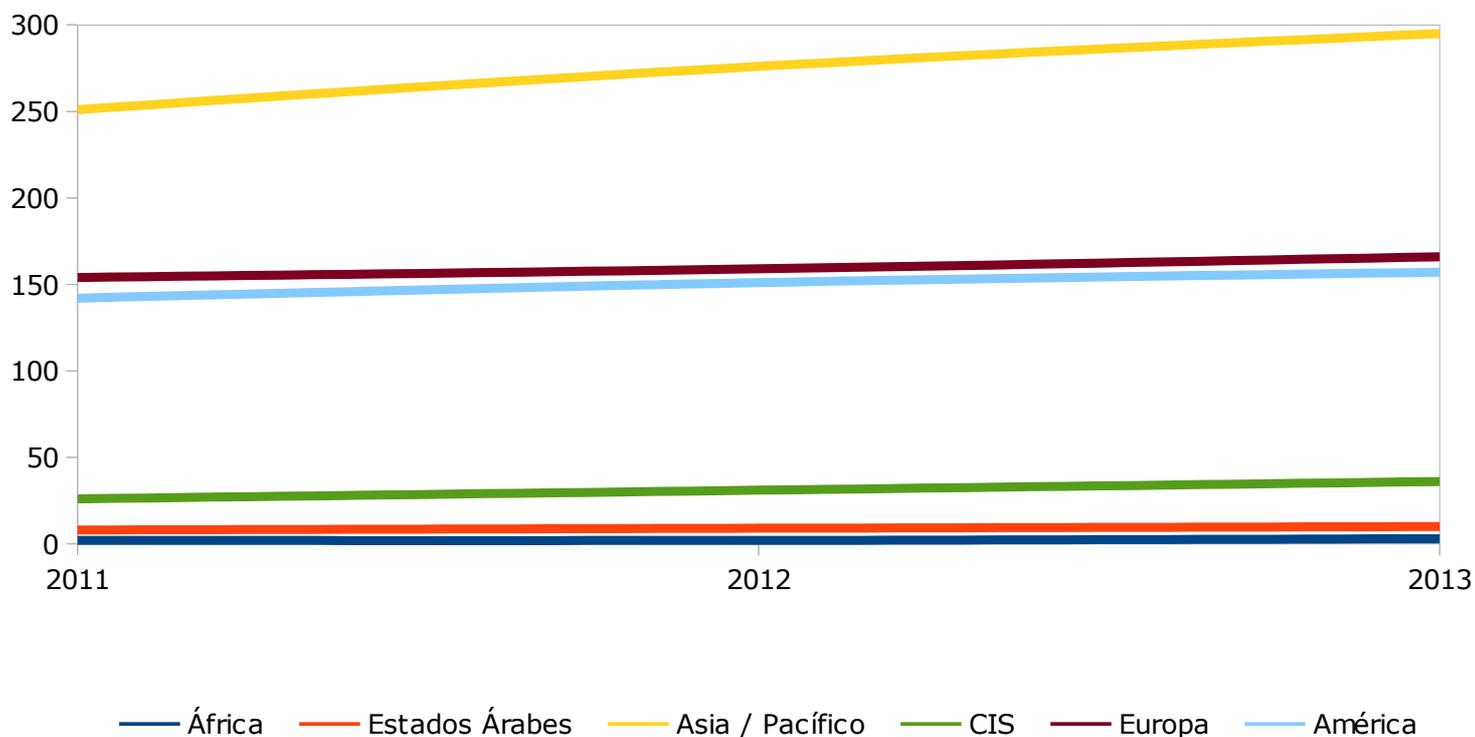
Los datos de la pujanza del acceso a Internet de banda ancha a través de la telefonía móvil contrastan con la ralentización que experimentan otras tecnologías relacionadas con la información. De hecho, la banda ancha por línea fija registra unos datos muy diferentes, con una penetración paupérrima en zonas como África (un total de 3 millones de líneas en 2013, 0,3 líneas por cada cien habitantes) o los Estados Árabes (10 millones de líneas, 2,8/100 habitantes). La prioridad en cuanto al acceso a Internet en el mundo parece, por lo tanto, bastante clara: el acceso desde tecnologías *móviles* es muy superior sobre las tecnologías *fijas*.

**Tabla 2. Millones de líneas de Internet de banda ancha fija en el mundo**

Región	2011	2012	2013	Aumento 2012/13	Líneas de banda ancha móvil / 100 habitantes
África	2	2	3	46,10%	0,3
Estados Árabes	8	9	10	13,10%	2,8
Asia / Pacífico	251	276	295	6,70%	7,4
CIS	26	31	36	14,70%	12,6
Europa	154	159	166	4,10%	26,6
América	142	151	157	4,10%	16,3
Total mundo	583	629	667	6,00%	9,4

Fuente: Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones

**Gráfico 2. Evolución de la penetración de la conexión a Internet por banda ancha fija en el mundo por regiones (en millones)**



Fuente: Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones. Elaboración propia

Paralelamente a este proceso, las tecnologías previas a la explosión digital atraviesan un franco retroceso, después de haber alcanzado algunas de ellas un alcance prácticamente universal.

Es el caso del teléfono fijo, este está viendo reducido el número de sus líneas de forma sostenida en los últimos años en prácticamente todo el mundo. Este hecho, unido a la proliferación cada vez más intensa de la telefonía móvil y el acceso a Internet de banda

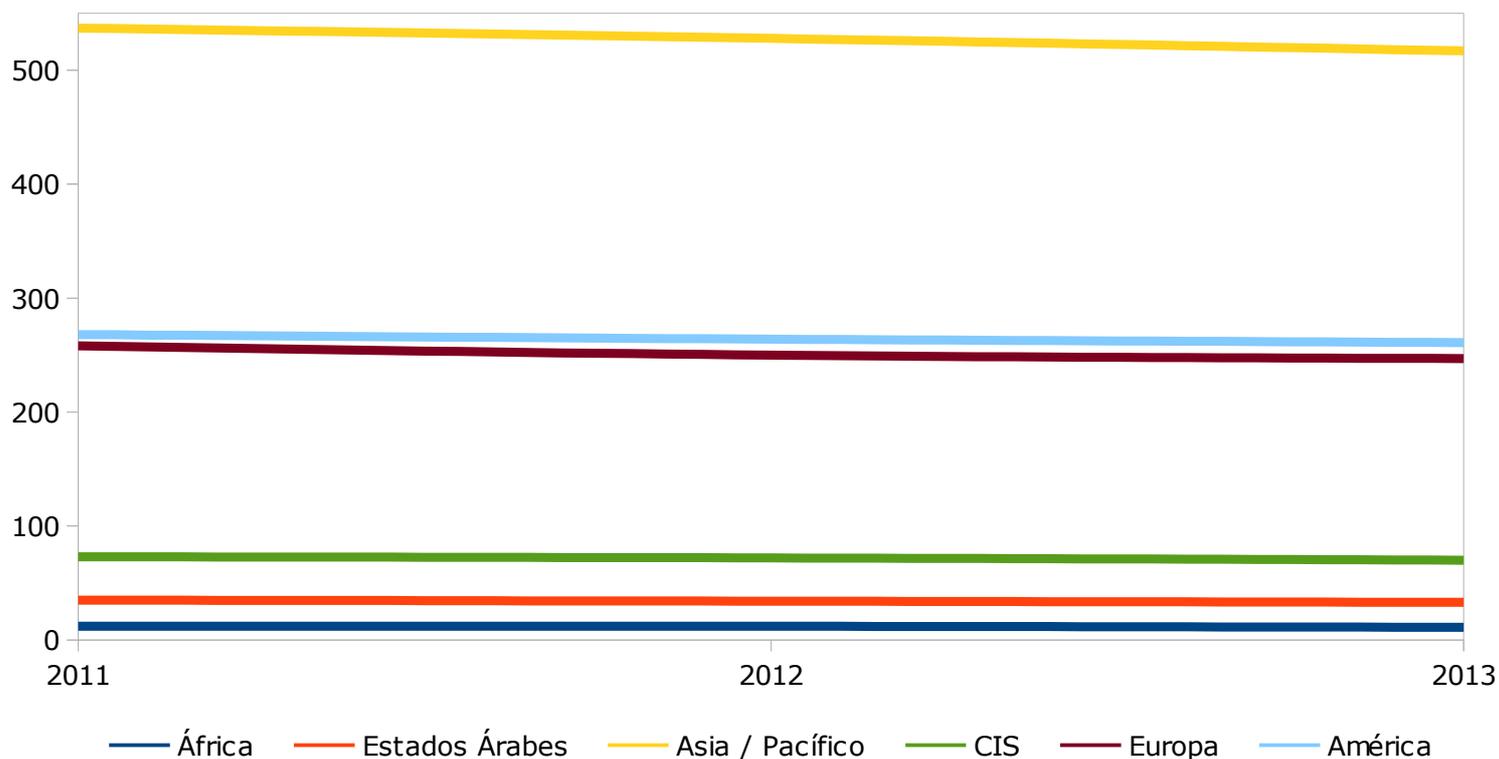
ancha a través de esta última, ha propiciado que la telefonía fija permanezca ya en un segundo plano con respecto a la móvil.

**Tabla 3. Millones de líneas de telefonía fija en el mundo**

Región	2011	2012	2013	Aumento 2012/13	Líneas de banda ancha móvil / 100 habitantes
África	12	12	11	-2,20%	1,3
Estados Árabes	35	34	33	-5,20%	8,9
Asia / Pacífico	537	528	517	-2,00%	12,9
CIS	73	72	70	-2,60%	25
Europa	258	250	247	-1,30%	39,6
América	268	264	261	-1,20%	27
Total mundo	1182	1161	1140	-1,80%	16,2

Fuente: Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones

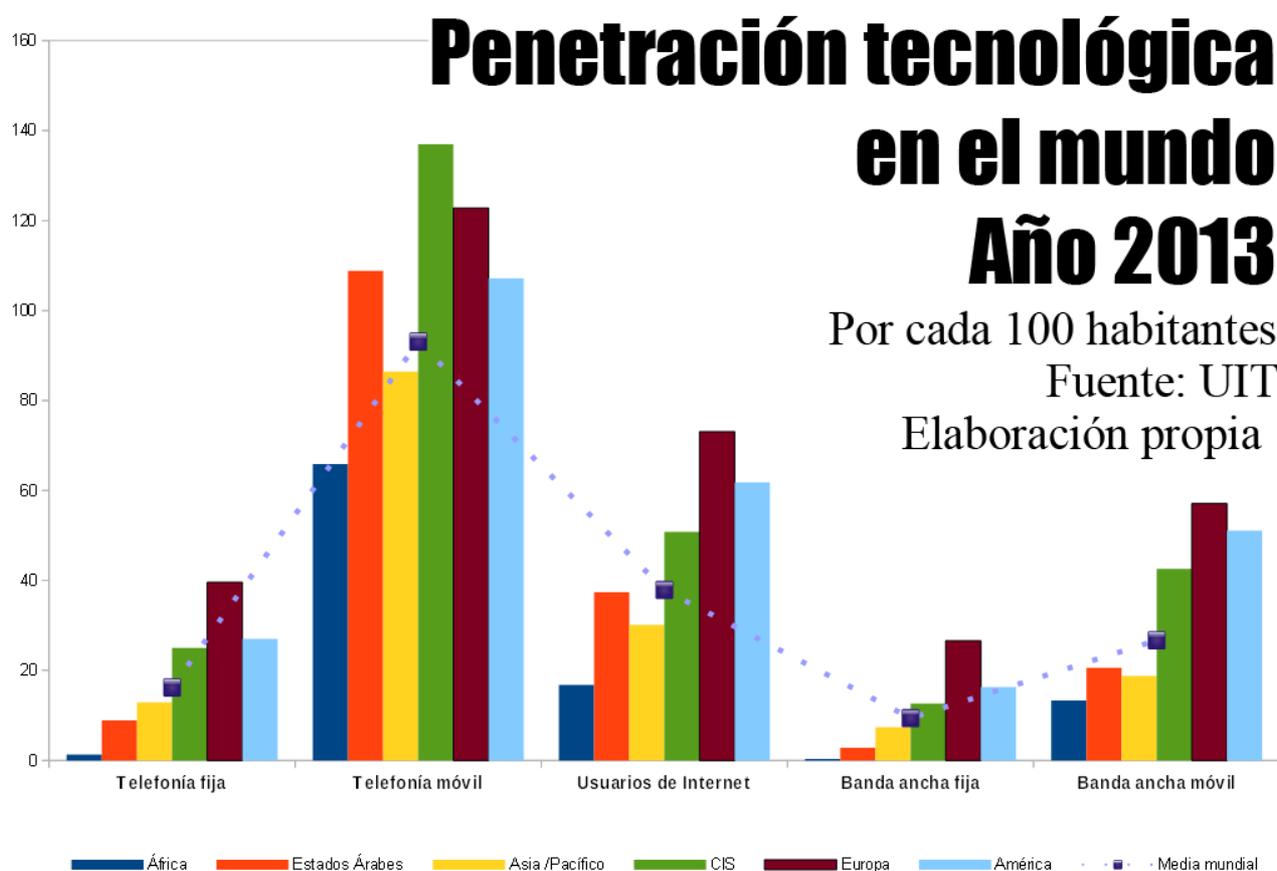
**Gráfico 3. Evolución de la penetración de la telefonía fija en el mundo por regiones (en millones de líneas)**



Fuente: Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones. Elaboración propia

En el siguiente gráfico se puede apreciar el alcance de cada tecnología de la información por cada cien habitantes en las diferentes regiones de la Tierra.

**Gráfico 4. Penetración de las tecnologías de la información en el mundo.**



Internet y las nuevas tecnologías han alcanzado, como se puede apreciar, a una buena parte de la población mundial, con una rapidez como nunca antes había ocurrido en la historia. Los efectos y los cambios que puede producir en nuestra sociedad parecen todavía difíciles de trazar, dado que se trata de un proceso en continuo desarrollo. Lo que sí que es comúnmente aceptado a día de hoy es el hecho de que la sociedad ha

sufrido una más que evidente transformación. Internet y la tecnología móvil parecen alcanzar casi todos los aspectos de la vida de una gran parte de los seres humanos.

No obstante, aunque en un primer momento pudiera parecer lo contrario, este proceso de penetración tecnológica no resulta novedoso en la historia, puesto que, como ya indicara McLuhan (1996: 189), toda nueva tecnología tiende a penetrar en todas las instituciones sociales hasta saturarlas. La experiencia de tecnologías anteriores nos viene a demostrar que cualquier avance tecnológico ha implementado en la sociedad transformaciones muy similares a las que nos encontramos atravesando actualmente.

Del mismo modo, también se pueden encontrar algunos aspectos novedosos que diferencian o matizan la revolución que acompaña a la consolidación de estas tecnologías de la información y que trataremos de analizar a partir de ahora.

## **1.2. Sobre el concepto de Sociedad de la información**

La proliferación de medios de comunicación y el grado de penetración de los mismos ha coincidido con la generalización de un término con el que se ha pretendido caracterizar la sociedad actual: sociedad de la información.

Se trata de un concepto que comenzó a ser popularizado por la OCDE a mediados de los años 70 del siglo XX (Mattelart, 2002: 117). La idea misma, sin embargo, de que la sociedad estuviera regida por la información parece muy anterior. Algunos autores consideran que se habían sentado las bases para ello con bastante anterioridad, concretamente en los años treinta del siglo XX (Beniger en Fidler, 1998: 136). En esa misma época ya surgieron voces que imaginaron una red universal de información y documentación, que enlazara centros productores, distribuidores y usuarios (Otlet en Mattelart, 2002: 51).

Coincidiendo cronológicamente con la difusión del término, otras voces algo más reticentes a su utilización (Bell en Mattelart, 2002: 86) se referían a la actual como una sociedad postindustrial, caracterizada entre otras cosas por el crecimiento de los servicios humanos o servicios técnicos y profesionales. De hecho, Bell considera que toda sociedad es una sociedad de la información *per se*, puesto que esta resulta necesaria para conformar cualquier tipo de organización (Bell, 1979: 169).

Diferenciándose de la noción de sociedad de la información, Manuel Castells propone un concepto diferente: el de sociedad red. Este concepto se definiría como aquella sociedad cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación, basadas en la microelectrónica (Castells, 2006: 27). Para Castells cada civilización se ha regido en torno a un paradigma, siendo el informacionalismo el que caracteriza nuestra actual sociedad postindustrial (2006: 33).

Más allá de plantear un debate sobre cual de estos tres conceptos resulta más acertado para definir la sociedad actual, un elemento común que se puede encontrar es el de la presencia de la información como elemento central de la organización social. Un rol potenciado por la importante penetración de las tecnologías de la información en prácticamente todas las sociedades del mundo, tal y como se ha comentado en el punto anterior.

Pero la apariencia de información y conocimiento, más allá de la denominación que se le quiera otorgar a la sociedad en la que vivimos, no siempre asegura que nos encontremos ante una sociedad más o mejor informada.

De hecho, también algunos autores afirman que la pretendida sociedad de la información resulta ser un engaño (Levy, 2004), al entender que tras la automatización de los procesos agrícolas e industriales el procesamiento o transmisión de la información también pueden ser automatizados.

Contraviniendo el propio concepto que encierra la sociedad de la información, no faltan autores que plantean la posibilidad de que nos podamos estar adentrando precisamente en todo lo contrario: una sociedad de la ignorancia formada por individuos cada vez más ignorantes (Brey, 2009: 23).

Sociedad de la información, de la ignorancia o sociedad red, si por algo se caracteriza es por la gran cantidad de información, o por la posibilidad de acceso a ella. Se trata de un hecho que ha dado lugar a la aparición de conceptos como sobrecarga informativa (*information overload*), lo que puede afectar a la forma en la que pensamos, al incrementarse la sobreestimulación sensorial (Toffler, 1971: 350). Relacionado con la sobrecarga informativa ha surgido recientemente el concepto *infoxicación*, acuñado por Alfons Cornellá (2010).

Sin embargo, este *horror vacui* generado ante la difícil digestión de grandes dosis de información y la forma en la que puede afectar al ser humano no resulta novedoso. Como otros muchos aspectos de la actual sociedad y de la presente revolución tecnológica que estamos atravesando, se trata de una característica que ya se ha presentado en otras ocasiones en la historia. El colaborador del impresor Aldo Manuncio, Hieronimo Squarciafico, temía pocos años después de la invención de la imprenta por Guttenberg, que la “*abundancia de libros hiciese al hombre menos estudioso*” (Garfield, 2011: 91). Más tarde, en pleno siglo XVII, autores ingleses como Robert Burton o Barbany Rich se mostraban críticos con la gran proliferación de libros que abrumaban un mundo incapaz de poderlos digerir (Carr, 2011).

La omnipresencia de las tecnologías de la información, que han conocido un desarrollo desconocido en la historia hasta el momento, coincide con el papel preponderante que la información recibe en nuestra sociedad. Un papel que puede incluso saturar, generando reacciones contrarias, que advierten que *e-nough is e-nough* (Clarck, 2003: 177), pero que, en todo caso, resulta innegable.

### **1.3. La posible desaparición de la brecha digital**

Tal y como se desprende de los datos comentados en el apartado 1.1, la implantación de las tecnologías de la información y la comunicación se ha producido de forma desigual en los diferentes países del mundo. De hecho, el aumento de la penetración tecnológica en zonas como África o los países árabes en los últimos años con respecto a otras regiones, como Europa o América del Norte, parece a priori una consecuencia directa de esta desigual implantación.

Las diferencias de acceso a la cultura o la información, como otras muchas características que pretendemos analizar de la actual revolución tecnológica, tampoco resultan ser una novedad de nuestros tiempos. A pesar de los profundos cambios sociales que generó su invención, también numerosas personas se situaron al margen de la imprenta (Carr, 2011).

La revolución digital, sin embargo, ha dado lugar a la aparición de un nuevo concepto que viene a definir esa diferencia de acceso a las tecnologías de la información: brecha digital (*digital divide*). Esta noción surgió a mediados de los años noventa y se podría definir como “*la separación entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como una parte rutinaria de su vida diaria y aquéllas que no tienen acceso a las mismas*” (Serrano y Martínez, 2003: 8).

En un primer momento de desarrollo, Internet implicó la agudización social existente (Servon y Pinkett, 2006: 390), hasta tal punto que a mediados de los años noventa, en Estados Unidos se consideraba que Internet reflejaba la cultura de sus *principales* habitantes: varones blancos de clases media y alta (Champan y Rhodes, 1997).

La brecha digital podía representar una diferencia en el acceso a Internet y a las

tecnologías de la información atendiendo a diferencias sociales y económicas, aunque también geográficas, de raza, edad e incluso de sexo.

Sin embargo estas diferencias que parecían tan acusadas en los primeros años de *revolución digital* han tenido a atenuarse a lo largo de los últimos años, sobre todo en algunos casos. Como ya se ha indicado, la propia tendencia manifestada en el punto 1.1 señala un proceso en el que las zonas del mundo periféricas crecen en los últimos años en cuanto a la penetración de las tecnologías de la información y la comunicación. El crecimiento resulta incluso mayor en lo que respecta a tecnologías de última generación (acceso a Internet de banda ancha móvil) con respecto a otras anteriores (acceso a Internet de banda ancha fija).

Esta tendencia supone romper con la creencia, en algún caso considerada elitista, de que resulta necesario que los países en desarrollo superen las diferentes etapas de la revolución industrial antes de que puedan navegar por Internet (Gershenfeld, 1999: 242). Ya a mediados del siglo XX se consideraba que la adaptación de los pueblos no industrializados a la era *electromagnética* podía resultar más sencillo de lo que se podía esperar (McLuhan, 1996: 47).

Como consecuencia, la brecha digital entre ricos y pobres parece haberse roto, siendo la mayor diferencia entre unos y otros la posesión de los elementos tecnológicos y no el acceso a los mismos (Martín-Barbero, 2008: 30).

La importancia de Internet y las redes sociales alcanza incluso a jóvenes que se sitúan en la periferia económica de las sociedades occidentales, como es el caso de los menores que migran solos, para los que desempeñan un papel central a la hora de construir su propio imaginario (Gimeno, 2014: 150).

Si bien la brecha digital tiende a desvanecerse, por lo menos en lo respectivo a la

periferia frente al centro (periferia geográfica y periferia económica), todavía se puede afirmar que existen numerosas diferencias de acceso si se aplica un sesgo de edad (Reig y Vílchez, 2013: 58). No obstante, la generalización alcanzada en los últimos años (la saturación a la que hacía referencia McLuhan) parece mostrar una tendencia clara a la desaparición total de la brecha digital en todos los órdenes.

#### **1.4. Aproximación a las teorías sobre la influencia mutua entre sociedad y tecnología**

La relación entre la sociedad y la tecnología ha dado lugar a diferentes interpretaciones sobre los efectos que provocan la una sobre la otra. Tras analizar tanto la actual coyuntura histórica de desarrollo tecnológico como algunas de sus características, se considera procedente un acercamiento a algunas de los enfoques que han analizado dicha relación.

Suele referirse como ejemplo de determinismo tecnológico a Karl Marx, que explicitó que si bien «el molino de viento produce una sociedad con señores feudales; el telar de vapor produce una sociedad con capitalismo industrial» (Marx, 1979: 161). En cierto modo, Innis también asume que los diferentes desarrollos tecnológicos dan lugar a un tipo de civilización específico (Innis, 2012: 34).

El determinismo tecnológico viene a establecer una relación de causa-efecto entre un descubrimiento tecnológico y el tipo de sociedad que este produce, parece impulsar algunas definiciones sobre la sociedad a la que ha dado lugar Internet y las actuales tecnologías de la información.

Así, parecen configurarse algunas expectativas sobre el tipo de sociedad al que se puede dar lugar en un contexto de revolución tecnológica con un enorme potencial productivo (Castells, 2001: 19) y que ofrece nuevas opciones para la organización

social, basadas en la democracia directa (Levy, 2004). Desde estos puntos de vista la tecnología jugaría un papel determinante a la hora de construir una sociedad diferente, a priori, más democrática y eficaz (entre otras cosas).

Sin embargo, a lo largo de la historia ha resultado ser una constante relacionar los avances tecnológicos con el advenimiento de una sociedad más justa, libre y democrática. En diferentes momentos de la historia se han considerado fuerzas democratizadoras o liberadoras descubrimientos como el sistema fabril, la televisión, el teléfono, la radio, el programa espacial, el poder nuclear, incluso los fertilizantes de fosfato (Winner, 2008: 24). Asociar avances tecnología con democratización de la sociedad no representa, por lo tanto, ninguna novedad (Mattelart, 2002: 33).

Frente a la visión determinista resulta oportuno recordar la existencia de líneas de pensamiento sobre el papel que desempeña la tecnología en la sociedad y su relación con ella. Desde el constructivismo Pinch y Bijker (1984: 27) propusieron el concepto de construcción social de la tecnología, entendiendo esta como un producto social, fruto del contexto en el que se desarrolla. Otro modelo teórico corresponde al de la teoría del actor-red, propuesto entre otros por autores como Bruno Latour (1996) y Michel Callon (1998).

Landon Winner, por su parte, ofrece otra interpretación que consideramos preciso tener en cuenta para analizar la forma en la que se producen los avances tecnológicos. Dicho autor considera la tecnología como un producto político que, a pesar de su aparente imparcialidad ha sido concebida con propósitos que van mucho más allá de su sentido inmediato y en algunos casos, no permiten flexibilidad, puesto que su elección trae consigo escoger asimismo un modelo de sociedad predefinido (Winner, 2008).

Desde esta óptica las tecnologías de la información asociadas a Internet no podrían separarse del hecho de que la red fue concebida en el contexto de una guerra fría que

enfrentó a dos bloques antagónicos. Volviendo a la génesis de este sistema de comunicaciones, anteriormente esbozado, su diseño, obra en parte del ejército norteamericano, respondía a la necesidad de construir una red descentralizada que fuese capaz de sobrevivir ante un eventual ataque nuclear. La actual apariencia ha dado a pensar a numerosos estudiosos y teóricos que Internet puede favorecer una nueva dimensión de la democracia.

Sin embargo, no podemos pasar por alto, como se desprende de lo apuntado por Winner, que más allá del sentido inmediato que se le ha podido otorgar tanto a Internet como a la telefonía móvil, la red forma parte de un modelo de sociedad predefinido con anterioridad. Por un lado, las promesas liberadoras de la tecnología, como ya se ha comentado, no resultan ninguna novedad en la historia humana. Por otra parte, entre las características de la sociedad actual, se encuentra la alta concentración de información y datos, especialmente en algunos de los nodos que conforman la red.

De hecho, algunos de los aspectos que caracterizan la actual sociedad globalizada es el alto nivel de concentración de algunas operaciones de gestión, especialmente en los territorios nacionales de los países más desarrollados (Sassen, 2007: 83). La centralización resulta cada vez más evidente en el sistema mediático, que combina diversificación de audiencia, versatilidad tecnológica y concentración global (Castells, 2006: 58). Aspecto este que se pone especialmente de manifiesto en la industria generadora de contenidos culturales, provenientes en muchos casos de otros sectores económicos en la actualidad (Martel, 2010: 134) al igual que ya ocurría a mediados del siglo pasado (Horkheimer y Adorno, 1998: 168).

## **1.5. Redefinición de tiempo, espacio, público y privado**

Las transformaciones producidas en los últimos años han provocado asimismo profundos cambios en la concepción del tiempo y el espacio. Se trata de un efecto que ya advirtió antes incluso de la popularización de estas tecnologías McLuhan, en pleno desarrollo de lo que denominó "edad eléctrica" (McLuhan, 1996: 153-154). Sin embargo, como consecuencia de la proliferación de las tecnologías digitales de la información, estos cambios se han acelerado notablemente.

Ambos, tiempo y espacio, adquieren una gran importancia para el desarrollo de cualquier civilización (Innis, 2012: 64), siendo su dominio un aspecto esencial en toda sociedad. El propio Einstein habló en los años cincuenta de la probabilidad de que la "segunda bomba atómica" estuviese más relacionada con el dominio del tiempo, lo que llegó a denominar la bomba atómica del "tiempo real" (Díaz Nosty, 2011).

Asimismo, estos cambios también han afectado al espacio. Partiendo de la idea que esbozara McLuhan sobre "aldea global", producto de una aceleración que hunde sus raíces en la rueda, la carretera o el papel que han tenido como consecuencia la extensión del poder sobre una superficie cada vez más homogénea y uniforme (McLuhan, 1996: 110). A la desaparición de la distancia geográfica también se refirió Debord (2005: 144). Por su parte, Manovich (2005: 232) ahonda en la idea, señalando que, al poderse transmitir la información de la misma forma desde cualquier parte desaparecen conceptos como cerca, lejos, horizonte o distancia.

La propia idea ya señalada de Internet como ágora virtual, como lugar de encuentro desde cualquier parte del mundo, en un momento en el que desaparece la distancia ha hecho aparecer conceptos relacionados con esta misma noción, como el de "cero gigante", que nos coloca a la misma distancia de todos los demás (Doc Searls en Pisani y Piotet, 2009: 248), también denominada "distancia cero" (Lévy, 2004).

Esta idea hace referencia a que, desde cualquier parte del mundo, gracias a Internet y a las nuevas tecnologías de la información nos encontramos a distancia cero de cualquier otro lugar. La distancia deja de tener sentido y con ella muchas de las diferencias que en otros momentos de la historia se pudieran establecer entre cerca/lejos o lo urbano y lo rural.

La ruptura del concepto de distancia comienza a hacerse evidente con el desarrollo de tecnologías como el teléfono que permitían la comunicación cuasi instantánea con personas que se encontraban en otro lugar. De ahí la aparición también de conceptos como telepresencia, desarrollados por Marvin Minsky en los años ochenta del siglo XX (Clarck, 2003: 92). De hecho, otros autores señalan la desaparición incluso antes, de la mano del telégrafo y el cable (McLuhan, 1996: 206).

Anteriormente a que McLuhan acuñara el célebre concepto de "aldea global" (McLuhan, 1998), la Oficina Central de la Unión de Asociaciones Internacionales ya pretendió «hacer del mundo entero una sola ciudad y de todos los pueblos una sola familia» (La Fontaine y Otlet en Mattelart, 2002: 50).

La televisión, en primera instancia, e Internet, más adelante, habrían contribuido a la desaparición de la distancia geográfica (Fidler, 1998: 159), pero este proceso centralizador ya había comenzado mucho antes, con avances como la rueda o el papel (McLuhan, 1996: 113).

En la actual sociedad, con la consolidación de un poder extraterritorial que trasciende las tradicionales estructuras del Estado-nación, y los avances técnicos y tecnológicos de los que estamos dando cuenta, las diferencias de espacio y tiempo podrían considerarse, por lo tanto, canceladas (Bauman, 2002: 16).

Por otro lado, la cultura de la inmediatez en la que actualmente estamos inmersos, potenciada por las redes sociales surgidas al calor de Internet y la telefonía móvil ha provocado una confusión entre las esferas pública y privada, colocando a esta última a la vista de todos (McLuhan, 1996: 67). Un proceso que ha alcanzado su cénit a través de redes sociales como Facebook o Twitter. Si bien resulta importante señalar que la diferenciación entre las esferas pública y privada nunca fue rígida ni quedó definida absolutamente en el desarrollo de las sociedades modernas (Thompson, 1998: 164).

Si partimos de la definición que ofrece Bauman (2002: 45) el individuo entiende el espacio público como el lugar donde proyecta sus preocupaciones privadas. Algunos años antes de que nacieran las redes sociales tan populares en la actual década (Facebook, Twitter, etc.), los lugares donde se exponían problemas privados ante millones de personas eran los *chats shows* (Bauman, 2002: 75), todavía hoy presentes en televisiones de todo el mundo, o incluso las páginas web (Scolari, 2008: 275). La desaparición de los límites entre los espacios privados y los espacios públicos, por lo tanto, tampoco sería una característica privativa de la actual era digital, si bien como en algunos de los casos anteriores, se ha acrecentado de forma determinante en los últimos años.

Por lo tanto la diferencia entre ambos espacios, público y privado, se había comenzado a diluir varias décadas atrás. McLuhan (1996: 210) comentaba al respecto como el descubrimiento de la fotografía obligó a los ricos a modificar sus conductas para no hacer ostentación de su consumo, ante la posibilidad de aparecer en la prensa, del mismo modo que el cine ayudó a crear una nueva aristocracia que actuaba dentro y fuera de la pantalla.

Parte del éxito de redes sociales como Facebook se atribuye al hecho de que el ser humano necesita sentirse copartícipe (Susca, 2012: 84) de las vivencias ajenas, una idea de interdependencia (McLuhan, 1998: 395) que nos vuelve a remitir a la aldea

global de McLuhan y a una interdependencia humana que nos impide que absolutamente nada de lo que hacemos pueda resultar exclusivo de nuestro ámbito privado (Bauman, 2006: 200-201).

Relacionado con el espacio público y privado, en algunas sociedades se ha evidenciado un declive de la cultura de la calle propia de los jóvenes y una búsqueda de la identidad de estos a través de la cultura de la habitación (Livingstone, 2007). Este concepto surge en el ámbito de la lucha por la construcción de una identidad femenina en los años veinte del siglo pasado (Woolf en Feixa: 2014, 130), para más tarde, en los años sesenta, reformularse como factor distintivo de las “microculturas juveniles femeninas” (Wuulf en Feixa: 2014, 130).

Esta cultura de la habitación, reforzada por la multiplicidad de avances tecnológicos ofrecería a los jóvenes, especialmente a los adolescentes, un espacio donde poder encontrarse con sus pares, lejos de la mirada de los adultos (Boyd, 2007), a través de las redes sociales y protegidos por sus paredes. Se trataba de un espacio en el que construir su personalidad que podía llegar a sustituir (al menos en las sociedades anglosajonas de las autoras nombradas) a los encuentros que otrora podían haber tenido lugar en la calle.

La cultura del cuarto podría haber dejado de tener el mismo sentido una vez que los smartphones se hayan convertido, todavía más que los teléfonos móviles, en auténticos mandos a distancia de nuestra vida cotidiana (Rheingold, 2002: 220-221). Precisamente unos mandos a distancia que se caracterizan, entre otras cosas, por la portabilidad y la ubicuidad, por lo que podrían tener el mismo nivel de interacción en cualquier lugar sin tener que refugiarse en un espacio físico en el que dispusieran de televisión u ordenador de sobremesa.



## CAPÍTULO 2

### LA SEGUNDA PIEL

#### 2.1. Los avances tecnológicos como extensiones del ser humano

Se ha considerado tradicionalmente que los avances tecnológicos responden a la necesidad del ser humano de superar mediante la técnica las dificultades de una naturaleza hostil. De este modo, cualquier avance tecnológico supone la extensión de nuestro cuerpo, entendiendo como extensión *"una amplificación de un órgano, sentido o función, que inspira al sistema nervioso central el gesto protector de entumecimiento de la zona extendida, al menos en cuanto a inspección directa y percepción se refiera"* (McLuhan, 1996: 185). Siguiendo con este planteamiento, McLuhan (1996: 25-26) avanzó asimismo que las tecnologías de la edad eléctrica suponían la extensión del sistema nervioso central, la fase final de las extensiones del ser humano.

Esta nueva fase, ya incluso antes de la revolución digital, abarcaba todo el mundo (McLuhan, 1996; 25), distribuyéndose el conocimiento al conjunto de la sociedad humana. Se trata esta de una afirmación que se produjo varias décadas antes de la popularización de Internet y que ya avanzaba, por lo tanto, las profundas transformaciones a las que se iba a enfrentar la humanidad en los próximos años.

Sin embargo, teniendo en cuenta las funciones que está adquiriendo o que sus usuarios le están otorgando, más que el sistema nervioso central, Internet se ha convertido en la extensión del cerebro humano, un cerebro vivo y colectivo (Kerckhove, 1999: 82) que

nunca cesa de funcionar y que se activa en el mismo momento en el que alguien se conecta a él. Un concepto similar al de inteligencia colectiva (Levy, 2004), si bien en este último caso se propone un requisito indispensable, que el objetivo de tal inteligencia sea el enriquecimiento mutuo. La idea ya había sido propuesta con anterioridad con el nombre de *noosfera* (Teilhard de Chardin en McLuhan, 1998, 48): *"en lugar de evolucionar hacia la Biblioteca de Alejandría, el mundo se ha convertido en un ordenador, un cerebro electrónico"*.

La relación con la tecnología que le rodea, que en muchos casos puede calificarse de dependencia, ha propiciado que el ser humano pueda ser considerado como un ser híbrido de naturaleza biológica, lingüística, cultural y tecnológica (Clack, 2003: 195). Se trata, por lo tanto, de un ser cyborg (Negroponte, 1995) (Reig, 2013) (Kerckhove, 1999: 31) (Reig y Vilchez, 2013: 24), un concepto acuñado en 1960 por Manfred Clynes y Nathan Klyne (Clack, 2003: 13-14) y que desde entonces ha inspirado numerosas obras de ciencia ficción.

Sin llegar a explicitar el término cyborg, Joseph Licklider también expresó a principios e la década de 1960 la posibilidad de que la simbiosis entre el ser humano y las computadoras diera lugar a una nueva forma de pensar, en la que la mente humana fija objetivos, formula hipótesis, determina criterios y realizara las evaluaciones, mientras que los ordenadores se encargan del trabajo rutinario necesario para preparar el camino hacia las comprensiones y decisiones en el campo técnico y científico (Scolari, 2008: 94).

El término cyborg sugiere la incorporación de elementos exógenos al ser humano hasta formar un tipo de organismo híbrido entre su naturaleza orgánica y su naturaleza mecánica. De este modo, todos los elementos tecnológicos que se van incorporando en la vida de las personas juegan un importante papel a la hora de modificar nuestras capacidades, nuestros proyectos y nuestros estilos de vida (Clarck, 2003: 24).

La externalización del cerebro del ser humano, sin embargo, comenzó mucho antes de la era digital. Con el desarrollo de técnicas tan antiguas como el propio lenguaje, convertido en auténtico software que guía la psicología humana (Kerckhove, 1999: 54). La escritura, como paso siguiente, calificada por Fidler como la segunda gran mediamorfosis (Fidler, 1998: 108), encontró las críticas y la resistencia en Grecia (Pinto, 2008: 105), (Innis, 2012: 136), por parte de quienes temieron que supusiera un empobrecimiento de la memoria y del conocimiento humanos. Se trataba, por lo tanto, de un miedo implícito a que el entumecimiento del que hablaría siglos más tarde McLuhan, afectara a uno de los sentidos más importantes para la conciencia del ser humano: la memoria.

El entumecimiento es entendido como autoimputación, cuando la percepción del cuerpo no puede localizar o evitar el origen de una irritación (McLuhan, 1996: 62). En un momento en el que Internet se convierte en un gran cerebro el entumecimiento afecta directamente a la actividad cerebral de los seres humanos, una afirmación que se desprende de estudios que analizan la neuroplasticidad, la forma en que las células del cerebro se desarrollan o atrofian en función del uso que de ellas se hace (Young en Carr, 2011).

Empíricamente se llegó a demostrar en los años ochenta del siglo XX que el hipocampo de los taxistas de Londres era diferente al del resto de personas, dado el papel clave que desempeña esta parte del cerebro a la hora de almacenar y memorizar representaciones espaciales (Carr, 2011). Como cualquier otro músculo del cuerpo humano, el cerebro responde a los estímulos que recibe con su uso y por lo tanto, el hecho de que Internet represente una extensión de nuestro cerebro podría tener importantes efectos en la forma en la que memorizamos los conocimientos. De hecho, ni siquiera se trataría de la primera ocasión en la historia en la que los avances tecnológicos relacionados con los medios de comunicación tuvieron un efecto directo

en el cerebro. Tras la escritura, criticada como ya se ha mencionado en Grecia, por suponer una amenaza para la memoria, la invención del alfabeto supuso una profunda modificación, considerándose por algunos autores clave para favorecer la "destrribalización" de las sociedades (McLuhan, 1998: 65).

El siguiente paso vendría de la mano del descubrimiento de la imprenta, que se caracteriza por la uniformidad y la repetitividad, consolidando la perspectiva, la norma ortográfica y facilitará la fijación de las gramáticas y, por lo tanto, consagrando en Europa a las lenguas nacionales frente al latín (McLuhan, 1998: 301).

La gran revolución arribaría posteriormente, con la aparición de los medios de comunicación e información electrónicos que se consolidarían con la puesta en marcha de la World Wide Web, en 1992. Fidler bautiza a este proceso como la tercera gran mediamorfosis (Fidler, 1998: 135). El proceso comenzado con el descubrimiento de la escritura entra, por lo tanto, en nuestra era digital en una fase diferente, caracterizada por la ubicuidad, la inmediatez y la cercanía de las tecnologías de la información a nuestros cuerpos, hasta prácticamente llegar al extremo de considerarlos parte de ellos.

De hecho, ya es una realidad que los próximos elementos tecnológicos con capacidad de conexión a Internet van incluso más allá de los smartphones, se trataría de los *wereables*, dispositivos que forman parte de las prendas de vestido de los seres humanos y que se han comenzado a comercializar recientemente.

El ser humano cyborg, por lo tanto, como producto de la interacción entre elementos biológicos y tecnológicos es una realidad con la que a día de hoy nos encontramos familiarizados. A diferencia de lo que ocurre en la ciencia ficción, ni siquiera serían necesarios los implantes tecnológicos debajo de la piel para estar rodeados de una tecnología cyborg no invasiva (Clarck, 2003: 28).

## **2.2. Hiperconectividad y adicción a las tecnologías de la información**

Hasta ahora hemos podido comprobar como existe una literatura científica que vincula los avances tecnológicos a extensiones del ser humano, del mismo modo que se considera que la actual fase del desarrollo tecnológico ha logrado externalizar el cerebro, convirtiendo a Internet en una especie de cerebro planetario.

La interacción entre el ser humano y las máquinas que le rodean, por lo tanto, parece haber modificado la forma de ser de este, hasta el punto de que podemos ser considerados cyborgs sin necesidad de recibir implantes tecnológicos subcutáneos.

Entre las características de las tecnologías de la información contemporáneas, por lo tanto, podemos encontrar su cercanía a nuestros cuerpos, la ubicuidad y portabilidad, pero también, y como hemos podido ver de forma cada vez más generalizada, el acceso a Internet en cualquier lugar.

El actual desarrollo tecnológico permite que millones de personas se encuentren conectadas prácticamente de forma continua a través de diferentes dispositivos, especialmente de los móviles. Este fenómeno se ha consolidado a través de la popularización de los *smartphones*, convertidos en verdaderos terminales más que en simples teléfonos entre los que la mensajería instantánea representa una de las aplicaciones más utilizadas. De hecho, algunos estudios realizados en países de nuestro entorno, como Gran Bretaña, indican que las llamadas telefónicas ocupaban la quinta actividad a la que se dedica un smartphone en 2012, por detrás de Internet, medios sociales, música y juegos (Díaz Nosty, 2013: 86).

El smartphone podría representar hoy en día lo más parecido a la *caja negra* o aparato en el que pueden converger los medios anteriores. A pesar de la opinión contraria de autores como Jenkins (2008: 25-26), que defienden que cada vez hay más aparatos

tecnológicos a nuestro alrededor. De hecho, también se considera que en la actual sociedad se tiende a vivir no con el smartphone, sino en el smartphone que ya, siguiendo con la metáfora del cerebro externalizado, ha pasado a ser nuestro cerebro vicario (Reig y Vílchez, 2013: 13).

En todo caso, la actividad de conexión continua, sin interrupción, favorecida por la proliferación de los smartphones y la conexión a Internet móvil, ha dado lugar a un nuevo concepto que viene a describir esta situación: la hiperconectividad. Una era caracterizada por las pantallas conectadas, conversaciones interminables o imágenes y sonidos en continuo movimiento (Reig y Vílchez, 2013: 9). El ágora virtual al que nos referíamos anteriormente potenciado por la inmediatez de las redes sociales y facilitado por la conexión omnipresente.

Similar al concepto de hiperconectividad se puede considerar el de la cultura de *always on* (Baron, 2008) o incluso, con matices algo más negativos, el concepto de *tele-reclusión* (Jenkins, 2008: 27). La rapidez de los acontecimientos ha provocado que los hechos a los que se refiere Jenkins para definir este concepto<sup>1</sup>, acaecidos en Japón a principios del actual siglo, coincidiendo con la aparición del teléfono móvil como uno de los principales elementos de conexión (Pisani y Piotet, 2009: 269) puedan no parecer en absoluto extraños.

Como en otros aspectos que estamos analizando de la revolución digital en la que nos hallamos inmersos, la hiperconectividad o conexión continua ya había sido de algún modo anticipada en épocas anteriores. La necesidad de conexión continua a los medios que suponen la extensión de nuestros cuerpos ya ha sido señalada con anterioridad (McLuhan, 1996: 220-221) en aquellas sociedades posteriores a la cultura del libro.

---

1 Jenkins se refiere a los estudios de la antropóloga Mizuko Ito sobre las parejas de jóvenes japonesas que ya en los primeros años del actual siglo “*Se despiertan juntos, trabajan juntos, comen juntos y se acuestan juntos aunque vivan a kilómetros de distancia y sólo puedan tener contacto cara a cara unas cuantas veces al mes. Podríamos llamarlo tele-reclusión*”.

La conexión ininterrumpida ha generado en nuestra sociedad auténticos *cibertopos* (Bauman, 2002: 148), personas que viven pendientes de la conexión, de la cobertura o de la carga de batería de sus respectivos terminales, sus extensiones. De hecho, la pérdida de conectividad, que puede producirse bien por el agotamiento de la batería o por quedarse sin red, se puede comparar con un moderno derrame cerebral (Clarck, 2003: 11), al situarse la persona en cuestión aislada del cerebro externo o la conexión con el cerebro colectivo que se mencionaba anteriormente.

Se trata, por lo tanto, de una situación que viene a insistir en la idea del entumecimiento apuntada por McLuhan, toda vez que en esta ocasión el sentido que sufre este proceso, y por lo tanto puede tender a atrofiarse, es el cerebro humano.

La hiperconectividad también es entendida como auténtico culto a la conexión, en el que se perfila, a través del hedonismo el ser-juntos contemporáneo (Susca, 2012: 105). Un culto que se manifiesta de forma especial en las redes sociales en las que el ser humano emite continuamente dando a conocer todo tipo de aspectos de su vida.

Por otro lado los jóvenes, tal y como se ha apuntado con anterioridad, se han convertido en principales protagonistas de este cambio (Reig y Vilchez, 2013: 14), ya sea por su condición de *nativos digitales* o bien por la forma en la que tradicionalmente penetran en ellos los avances tecnológicos y sociales. Este culto al ser-juntos se manifestaría en ellos de forma especial a través de las tecnologías de la información y las redes sociales. Como se recordará, en el capítulo anterior, se proponía como una de las explicaciones a la fascinación de los jóvenes por ellas debido a la necesidad de encontrar espacios donde encontrarse con sus pares lejos de la mirada o el control de los adultos (Boyd, 2007).

La hiperconectividad también se caracteriza por desarrollarse en un momento de la historia en el que la sucesión de imágenes, textos y comunicaciones se reproduce a un

ritmo frenético, como nunca antes había ocurrido con anterioridad. En 2010 el entonces consejero delegado de Google, Eric Schmidt afirmó que "*hoy en día se crea más información en dos días que desde el nacimiento de la humanidad hasta 2003*" (Lankow, Ritchie y Crooks, 2013: 40), lo que advierte una importante transformación social en todos los órdenes.

Esta proliferación de la información, no en vano, ya hemos avanzado que una de las características que algunos autores atribuyen a nuestra sociedad es la de estar basada en el paradigma del informacionalismo, tampoco representa una novedad en la historia. De hecho, con la aparición de la imprenta y la edición de libros a gran escala también surgieron voces críticas por la magnitud de obras publicadas y la incapacidad de que estas pudieran ser *digeridas* por la sociedad (Robert Burton y Barbary Rich en Carr, 2011).

Derivado de la hiperconectividad surge un concepto ligado al alto grado de dependencia tecnológica en el que nos encontramos a día de hoy. Resulta obligado definir en este espacio los conceptos y acudir a la literatura científica para huir de clasificaciones en ocasiones habituales en la comunicación social tendentes a simplificar y asociar conductas a la dependencia y a la adicción.

Cabe partir de que se considera adicción cualquier afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano al restringir la amplitud de sus intereses (Echeburúa, 2013: 28). Para que se produzca una adicción no es necesario que exista una sustancia o droga física, puesto que esta responde a la búsqueda con ansia y a la pérdida del control del sujeto (Echeburúa, 2013: 43) y se encuentra relacionada siempre con una actividad placentera (Echeburúa, 2013: 29). Sin embargo, se puede hablar de adicción cuando esta actividad placentera interfiere en la vida cotidiana, no se busca ya para pasarlo bien, sino para *pasarlo mal* (Echeburúa, 1999).

Desde este enfoque, las tecnologías de la información (principalmente Internet y la telefonía móvil) podrían suponer perfectamente un foco de adicción, ya que se encuentra relacionado con una actividad placentera. También resulta importante recordar que se asocia a la población objeto de esta investigación con comportamientos o conductas potencialmente adictivas, incluidas las relacionadas con las tecnologías de la información. Entre las características de la población joven que la convierten en más vulnerable ante este tipo de comportamientos se suele destacar que todavía no controlan completamente sus impulsos; son más fácilmente influenciables por las campañas publicitarias y, en el caso de los teléfonos móviles, se ha interiorizado su posesión como símbolo de estatus (Muñoz, Fernández y Gámez en Echeburúa, 2013: 139).

Siguiendo con la idea apuntada previamente de los *cibertopos*, una circunstancia que se ha podido manifestar a través de las actuales tecnologías de la información es la continua necesidad de sentirse conectados, no importa con quien se hable, sino el hecho de sentirse vinculados (Pérez y Martín, 2007: 122).

Si bien no corresponde a esta investigación analizar los efectos o la forma de prevenir estas nuevas adicciones, sí que se considera interesante poder delimitar los conceptos que envuelven este tipo de comportamientos, para lograr mayor claridad terminológica. La omnipresencia tecnológica, sobre todo entre los y las jóvenes, como objeto de estudio, así como algunos de los aspectos desarrollados hasta el momento (la extensión de los sentidos del ser humano, hiperconectividad) puede tender a identificar esta relación con la tecnología con la adicción. Se considera necesario igualmente tener en cuenta que usualmente se apuntan tres características principales para definir una dependencia: dependencia, tolerancia y síndrome de abstinencia (Estallo en Echeburúa, 2013: 151). Por ello se recomienda reservar el apelativo de adicción a aquellos casos en los que se requiera de asistencia especializada (ob. cit., 160).

### 2.3. La segunda piel

Siguiendo con el planteamiento de que toda tecnología responde a la necesidad de extender alguno de los sentidos del ser humano, la propia piel, a juicio de diversos autores, habría sido externalizada a través de diferentes avances.

McLuhan recuerda como Lewis Mumford en *The City in History* consideraba la extensión de la piel humana la ciudad amurallada, del mismo modo que la ropa y la vivienda. Todas ellas jugarían un papel crucial a la hora de proteger al ser humano de las inclemencias de su exterior, toda vez que el miedo (y la guerra) ha representado a lo largo de la historia importantes incentivos para superar las propias limitaciones del ser humano a través de la tecnología (McLuhan, 1996: 66)

Con la bautizada por McLuhan como "edad eléctrica" el ser humano comenzó a llevar a toda la humanidad en su piel, como resultado del desvanecimiento de las esferas pública y privada (McLuhan, 1996: 67).

El concepto de segunda piel sin embargo ha ido adquiriendo nuevos significados paralelamente al propio desarrollo tecnológico y la propia interacción que el ser humano ha establecido con los aparatos que nos rodean.

Kerckhove (1999: 113) citando a Paracelso, recuerda que la piel es una extensión del oído. Sin ánimo de entrar en contradicción con lo propuesto de McLuhan, a quien cita, Kerckhove también apunta que aprendemos a utilizar la piel como un mecanismo de exclusión, se trata de un órgano que debemos proteger con varias capas de ropa, puesto que ella no nos dota de protección, sino de comunicación y, por lo tanto, nos hemos vuelto temerosos al tacto con el otro (Kerckhove, 1999: 114).

La metáfora de la piel alcanza también a otros conceptos para Kerckhove al margen

del propio ser humano, de este modo, el diseño representaría la piel de la cultura (1999: 182) y los satélites supondrían la extensión de la piel del mundo (1999: 242).

La evolución tecnológica y de los medios de comunicación ha supuesto, como ya se ha indicado anteriormente, una nueva concepción de la forma en la que nos relacionamos con los avances tecnológicos. De hecho, la tecnología de la información resulta cada vez más invisible y más cercana a nuestros cuerpos, de modo que de la interacción humano-máquina, cada vez más estrecha, surgen nuevos conceptos como el de ser humano cyborg. Las redes sociales digitales, que implican una continua emisión y forman nuevas tribus, con nuevas reglas y códigos de conducta, convierten a los nuevos medios de comunicación en verdaderos ambientes de conectividad, de los que el cuerpo es el mensaje (Susca, 2008: 120).

En estudios más recientes sobre el comportamiento de los jóvenes también se ha expresado la posibilidad de que la identidad digital que estos construyen asuma las funciones de una segunda piel (Cruces, 2012: 151).

La segunda piel, por lo tanto, nos evoca nuestra propia relación con la tecnología y la identidad digital que queremos proyectar, un organismo destinado a la comunicación y en el que confluye, desde la edad eléctrica, toda la humanidad.

#### **2.4. El auge de la tactilidad**

Relacionado con la idea que sugiere la segunda piel se encuentra la dimensión que en la actual sociedad adquiere lo táctil. McLuhan atribuía a la invención de la imprenta la separación entre los sentidos y de lo que denominó sinestesia táctil (McLuhan, 1998). Desde su planteamiento, si cada avance tecnológico se basa en la extensión de un sentido del ser humano, los efectos que la tecnología producen varía en función de los sentidos que desarrollan o que amputan (McLuhan, 1996: 64).

En el caso del tacto, McLuhan lo considera como una interacción de varios sentidos más allá de la propia piel (McLuhan, 1996: 81). De hecho, en los últimos años algunas investigaciones han destacado el papel que desempeña el tacto en la lectura, hasta entender esta como una actividad multisensorial (Anne Mangen en Carr, 2011). El tacto es concebido como una de las bases del entendimiento y comprensión de la realidad que nos rodea (Kerckhove, 1999: 71) y por lo tanto, su auge a través de los *smartphones*, *tablets* u otros aparatos parece una clave a tener en cuenta a la hora de valorar la extensión del cerebro humano.

El tacto se encuentra en pleno auge a nuestro alrededor a pesar de vivir en un mundo dominado por lo audiovisual. El tránsito del dominio de la vista al dominio del oído, de la mano de la llegada de la radio tuvo como consecuencia para Innis (2012: 188) la centralización de la sociedad. Por su parte, para McLuhan, los efectos de la radio anunciaban el regreso a una sociedad tribal (McLuhan, 1998: 79).

Todavía resulta pronto para conocer los efectos de las actuales tecnologías de la información en la sociedad, así como el papel que desenvuelve en ella el tacto. Si bien en otras ocasiones de la historia se ha llegado a considerar que algunas de las características de civilizaciones visuales surgidas de una matriz audio-táctil son la homogeneidad, la uniformidad y la repetición (Van Groningen en McLuhan, 1998: 95). Siguiendo con lo expuesto por McLuhan, si la introducción de una nueva tecnología supone una mayor relevancia a uno de nuestros sentidos en detrimento de otros (McLuhan, 1998: 37), provocando una posible sinestesia del resto, en los próximos años tendremos ocasión de comprobar hasta qué punto el auge de lo táctil, y con él del sentido del tacto, resulta ser o no una característica de la sociedad a la que el actual desarrollo de las tecnologías de la información está dando lugar.

## **CAPÍTULO 3**

# **LOS JÓVENES Y ARAGÓN**

### **3.1 Aragón. De periferia a centro.**

La presente investigación se circunscribe a un ámbito concreto: la Comunidad Autónoma de Aragón. Se trata de un territorio que presenta numerosas peculiaridades y que a lo largo de los últimos años ha experimentado una gran cantidad de transformaciones que resulta necesario tener en cuenta a la hora de analizar el impacto de las tecnologías de la información en su población.

La Comunidad Autónoma de Aragón se extiende sobre casi 48.000 kilómetros cuadrados en el noreste de la Península Ibérica, siendo un territorio limítrofe con otras seis comunidades autónomas españolas (Cataluña, Valencia, Castilla-La Mancha, Castilla y León, La Rioja y Navarra) y con Francia.

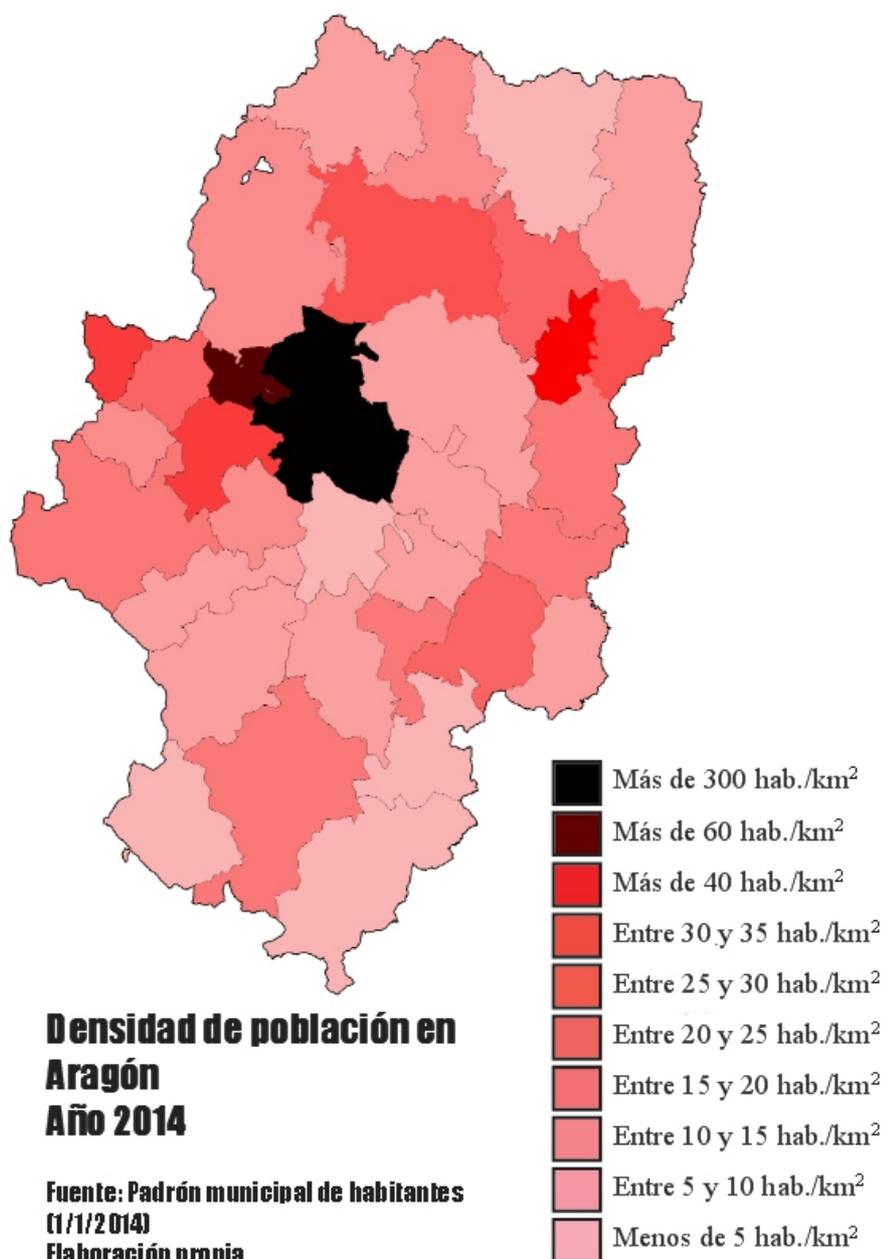
A pesar de representar casi el diez por ciento de la superficie total del Estado español, Aragón, con 1.325.385 habitantes (Padrón Municipal de Habitantes, 1 de enero de 2014), ni siquiera se acerca al cuatro por ciento de la población estatal. De hecho, la densidad de población es netamente inferior a la española (28 habitantes/kilómetro cuadrado en el caso aragonés frente a los 92 habitantes/kilómetro cuadrado en el español).

Los bajos niveles de población son, por lo tanto, unas de las primeras características a tener en cuenta, factor que se agudiza especialmente en algunas comarcas. Cinco de

ellas cuentan con menos de cinco habitantes por kilómetro cuadrado (Belchite, Sobrarbe, Gúdar Javalambre, Sierra de Albarracín y Maestrazgo), unos datos muy alejados de los parámetros europeos y de la media estatal. De hecho, por encima de esta última solo se encuentra una comarca, la central de Zaragoza, con 324,68 habitantes por kilómetro cuadrado. La segunda comarca con mayor densidad de población es Ribera Alta del Ebro, cerca de la capital, Zaragoza (con 65,81 habitantes por kilómetro cuadrado).

La despoblación y dispersión de la población, por lo tanto representan una primera característica a la hora de analizar cualquier comportamiento de la población aragonesa.

**Gráfico 5. Densidad de población (2014)**



La despoblación aragonesa se fue agravando a medida que avanzó el siglo XX, un periodo en el que también se produjeron numerosas transformaciones económicas, políticas y sociales, que desembocarían en la revolución de las tecnologías de la

información que se ha tratado en los capítulos anteriores.

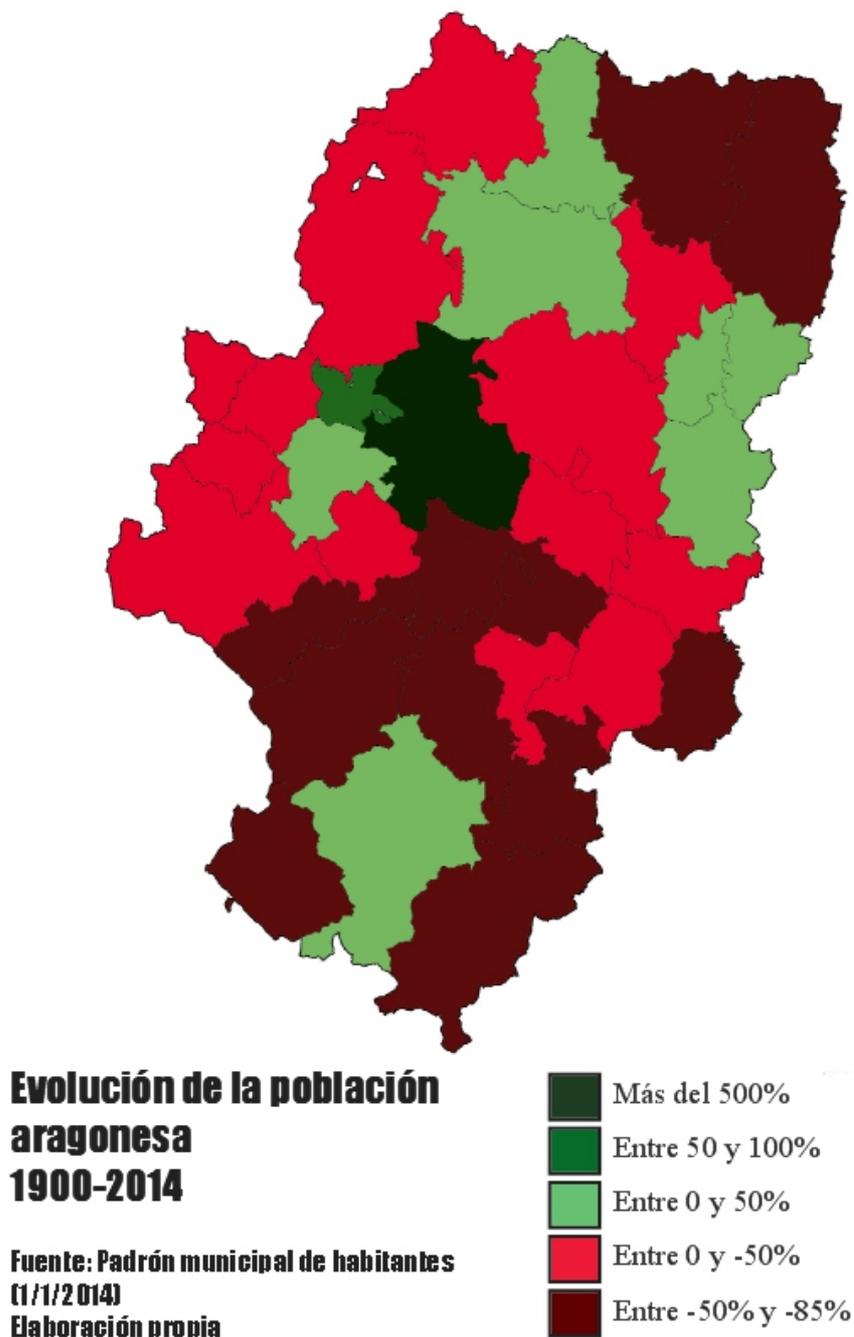
Desde 1900 la gran mayoría de comarcas aragonesas han visto reducida su población: un total de 24 de las 33 comarcas administrativas. En la tercera parte de ellas el descenso superó el 50% de su población con respecto a 1900: Sobrarbe, Ribagorza, Belchite, Bajo Martín, Campo de Daroca, Jiloca, Cuencas Mineras, Maestrazgo, Sierra de Albarracín, Gúdar-Javalambre y Matarraña. En las otras trece comarcas donde se produjo un descenso de población, este se sitúa hasta el 50% (Jacetania, Cinco Villas, Somontano de Barbastro, Los Monegros, Tarazona y el Moncayo, Campo de Borja, Aranda, Ribera Baja del Ebro, Bajo Aragón-Caspe, Comunidad de Calatayud, Cariñena, Andorra-Sierra de Arcos y Bajo Aragón).

En cuanto a las comarcas que han aumentado población, sobresale especialmente el caso de la comarca central de Zaragoza, donde se produjo un crecimiento del 529%. Este espectacular aumento se produjo gracias al empuje de la capital, Zaragoza, que sextuplicó prácticamente su número de habitantes desde 1900.

En un porcentaje muy inferior se sitúan la Ribera Alta del Ebro (61,39% de aumento), Cinca Medio (46%), Hoya de Huesca (26%), Comunidad de Teruel (16,1%), Bajo Cinca (11,62%), Valdejalón (10,54%), Alto Gállego (4,73%) y La Litera (4,34%). Tres de estas comarcas, incluida la de Zaragoza, se corresponden con capitales de provincia, ciudades que durante muchos años del siglo XX centralizaron gran parte de la actividad administrativa.

Como consecuencia, a pesar de que la población de Aragón aumentó desde el año 1900 en un 42,8% (de 928.117 habitantes se pasó a 1.325.385), este crecimiento no resultó proporcional en todo el territorio, generando enormes desequilibrios internos, con comarcas prácticamente despobladas y una ciudad, Zaragoza, donde se concentra actualmente alrededor de la mitad de toda la población de la comunidad.

**Gráfico 6. Evolución de la población aragonesa (1900-2014)**



Esta situación dibuja de forma muy nítida la diferencia entre el entorno rural y el urbano, una diferencia que se manifiesta de forma singular entre Zaragoza y el resto de poblaciones aragonesas.

Del total de 731 municipios aragoneses 618 (el 84,54%) cuentan con menos de mil habitantes en 2014 (173 con menos de 101 habitantes; 359 de 101 a 500 habitantes; y 86 de 501 a 1.000 habitantes). Por contra, solo Zaragoza cuenta con más de 100.000 habitantes. Por encima de los 10.000 habitantes tan solo podemos encontrar trece municipios (incluido Zaragoza), que reúnen a 911.363 habitantes, el 68.76% de la población aragonesa.

El resto de los habitantes aragoneses (414.022, el 31,23%) residen en municipios de menos de 10.000 habitantes. De ellos, el 11,26% (149.356 personas) lo hace en localidades con menos de mil habitantes.

Desde 1900 y hasta 2014 se ha producido, por lo tanto, una profunda transformación de la población aragonesa. En el último siglo se ha acelerado notablemente el abandono rural y la concentración de la población aragonesa en muy pocos municipios, especialmente en la ciudad de Zaragoza.

Como consecuencia, también se han producido numerosas transformaciones en la población rural, que presenta unas pirámides de población muy envejecidas con respecto a las de las grandes ciudades.

Si entre 1900 y 2014 nos podemos encontrar con grandes diferencias con lo que respecta a la población aragonesa a nivel cuantitativo, también resulta importante hacer constancia de las grandes modificaciones que se han producido a nivel cualitativo.

A principios de siglo XX el Estado español todavía permanecía muy alejado de los países más industrializados. La situación de Aragón todavía presentaba una peculiaridad mayor. En los primeros años de la centuria la agricultura representaba un

porcentaje del 52,6% de la población activa, muy por encima de la media española, que se situaba en los mismos años en el 45,5% (Fernández Clemente, 1997: 52).

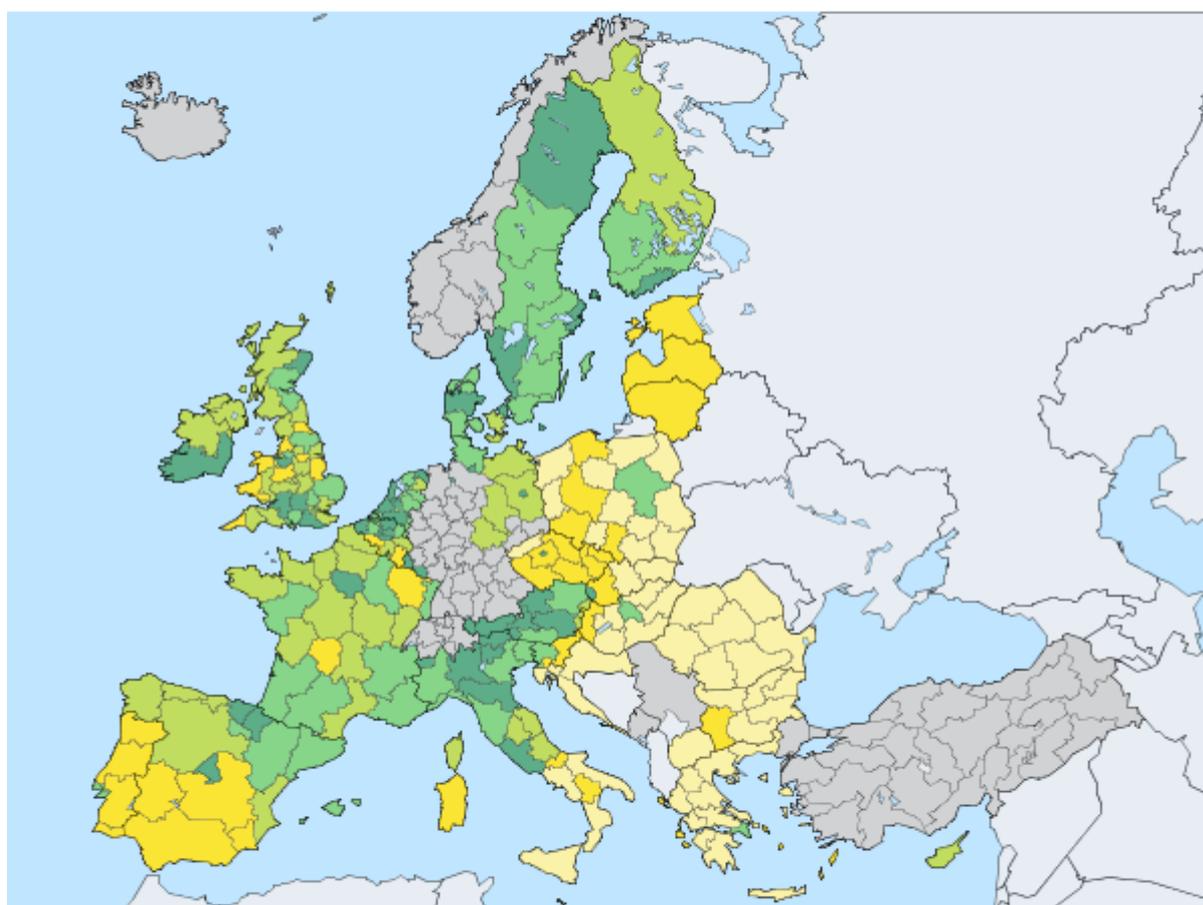
En la actualidad, la economía aragonesa representa el 3,1% del Valor Agregado Bruto estatal, con una avanzada terciarización y con un peso de la industria que ha mejorado incluso su escaso peso en el conjunto estatal (Germán, 2012: 335).

Según datos del Eurostat, Aragón era una de las cinco comunidades autónomas españolas que en 2013 disponía de un Producto Interior Bruto *per capita* superior a la media de la Unión Europea (UE-28), con un 103% (del PIB per cápita de la media de la UE-28). Por delante de Aragón tan solo se situaba Madrid (128%), el País Vasco (122%); Navarra (116%); y Cataluña (111%). Siendo la media estatal 94%.

### Gráfico 7. PIB per capita en Europa (2013)

#### Regional gross domestic product (PPS per inhabitant) by NUTS 2 regions

2013



Legend

8000.0 - 16700.0

16700.0 - 21400.0

21400.0 - 24900.0

24900.0 - 29900.0

29900.0 - 86400.0

Not available

Minimum value:8000.0 Maximum value:86400.0

Fuente: Eurostat

A nivel de cifras macroeconómicas, al menos, Aragón parece situarse más cerca del centro que de la periferia, a diferencia de lo que había ocurrido hasta el inicio del siglo XX en el conjunto del Estado español.

En cuanto a la penetración tecnológica, los datos de los que disponemos también convierten a Aragón en una de las comunidades autónomas del Estado que se encuentra entre las mejor equipadas.

En 2013 los hogares aragoneses se encontraban en los porcentajes máximos (cerca al 100%) en la posesión de cinco elementos tecnológicos: teléfono fijo, televisión, vídeo analógico, vídeo digital (DVD) y radio. En porcentajes superiores a la media en teléfono móvil, Internet, conexión de banda ancha, ordenador de algún tipo, cadena musical o equipo de alta fidelidad y lector de libros electrónicos.

Por contra, los hogares aragoneses se situaban en porcentajes inferiores a la media del estatal en la posesión de ordenador portátil, tableta y ordenador de sobremesa. Por último, los registros más alejados de la media se producían en conexión de banda ancha con dispositivo de mano, otro tipo de ordenador y MP3 ó MP4 (Todos los datos de Urueña, 2014: 86).

Los últimos años, además, se han caracterizado por la disminución de la brecha territorial y el crecimiento continuo de la conexión a Internet. En 2013 el 76,1% de las personas de entre 16 y 74 años que habitan en Aragón se había conectado a la red en los últimos tres meses. Por otro lado, los hogares con teléfono móvil alcanzaban los 95,7%, diez puntos por encima de la presencia del teléfono fijo (Telefónica, 2015: 87).

Por los datos que hemos podido analizar, a diferencia de lo ocurrido en otros momentos de la historia o en las anteriores revoluciones industriales, Aragón se ha encontrado en esta ocasión mucho más cerca del centro que de la periferia. En todo

caso, no ha sido necesario que transcurrieran muchos años para, al igual que ha ocurrido en la mayor parte del mundo, tal y como se recoge en el capítulo 1, la población aragonesa asumiera los avances tecnológicos, al mismo tiempo que la mayor parte de las sociedades de su entorno.

### **3.2 Acercamiento al concepto de juventud. El papel de los jóvenes como agentes de cambio social y tecnológico. *Early adopters***

Como ya se ha indicado la presente investigación pretende interpretar la relación de los jóvenes aragoneses con la tecnológica y la cultura, dado el papel que desempeña este colectivo a la hora de interiorizar los avances tecnológicos en la sociedad.

El concepto de juventud como paso posterior a la infancia/adolescencia y edad previa a la madurez se encuentra presente ya en la antigua Roma, si bien circunscrita en un principio a los varones. El final de la juventud vendría marcado por la asunción de las primeras magistraturas, adquiriendo una función semiautónoma de su propia vida (Fraschetti, 1996: 89). A este respecto es interesante que algunos autores, como Varrón, sitúan la *iuventu* entre los treinta y cuarenta y cinco años, tras la *adulescentia*. Isidoro de Sevilla, por su parte, considera que se forma parte de ella de los veintiocho a los cincuenta años (Fraschetti, 1996: 87).

La idea de juventud como fase en la que se adquieren las posiciones personales básicas (Garrido y Requena, 1996) como etapa previa a la emancipación, parece, por lo tanto presente desde hace más de dos mil años. De hecho, antes incluso que en Roma, Platón considera que la juventud debía dedicar el tiempo al aprendizaje y los ejercicios físicos (Schnapp, 1996: 52). A pesar de ello, no faltan las voces discordantes. Bourdieu (2002: 164) relativiza el concepto, entendiendo que responde a una construcción social, a una lucha entre jóvenes y viejos. El concepto de juventud, según este autor, ha variado históricamente mientras que los atributos que caracterizan a esta etapa de la vida

dependerían, asimismo, de la cercanía o lejanía de las clases dominantes.

Otra clave para interpretar el papel de la juventud a lo largo de la historia es su participación en los asuntos públicos. Tal y como se ha indicado, la incorporación a la vida política se producía al concluir la juventud en el Imperio romano. En la Italia medieval los menores de cuarenta años permanecían apartados de la toma de decisiones de algunos consejos (Crouzet-Pavan, 1996: 225).

Será a través de la aparición de la conscripción militar y de la industrialización como la juventud empieza a tomar conciencia de sí misma, hasta convertirse en un sujeto político, sobre todo en el caso de los varones (Perrot, 1996: 156-157). Los jóvenes serán los encargados, entre otras cosas, de hacer llegar a las zonas rurales los adelantos tecnológicos, que conocerán debido a la movilidad que estos y otros procesos alentará (Fabre, 1996: 94).

Es a partir del siglo XX, por lo tanto, cuando la juventud aparece como concentración de las angustias visuales de la sociedad (entre ellas el desempleo), aunque también se convierte en el modelo del futuro. A lo largo del siglo también se consagra la idea de la cultura juvenil y se desarrolla un mercado específico para ese grupo de edad (Passerini, 1996: 419).

Del mismo modo que ocurría en anteriores momentos de la historia, actualmente también se considera que la juventud es una posición desde y a través de la cual se experimenta el cambio social y cultural (Urteaga, 2012: 27). Siguiendo con esa percepción, aparecen conceptos como el de *Digital Natives*, ya abordado en la introducción de esta investigación.

Los jóvenes, por lo tanto, podrían desempeñar en las tecnologías de la información un papel de *early adopters*. Esto es, dentro de la teoría de la difusión de innovación

(Rogers, 1983), desarrollada por Everett Rogers en 1962, un colectivo pionero en el uso de una tecnología, tras los *innovadores*, que ejerce una función de liderazgo local en sus respectivos sistemas sociales. Este liderazgo llega hasta el punto de que los *Potential adopters* los tienen como referencia y esperan sus consejos e informaciones sobre la innovación en cuestión (Rogers, 1983: 249).

La teoría de la difusión de la innovación, al igual que la regla de los 30 años de Paul Saffo nombrada en el primer capítulo, analiza el modo en el que se consolidan ideas e innovaciones en una sociedad. Asimismo, también se refiere al papel que juegan los distintos grupos sociales a la hora de que se produzca dicha consolidación. Es en ese ámbito en el que los jóvenes adquieren gran relevancia, como sujeto clave a la hora de asumir y difundir los avances tecnológicos.

### **3.3. Consumo cultural y jóvenes**

A la hora de entender la forma en la que se logra la consolidación de las tecnologías en la sociedad también resulta necesario definir el papel del consumo. Como tal se entiende al acto de apropiación de usos y productos (García Canclini, 1995: 42-43). Más concretamente, el mismo autor define el consumo cultural como “*el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica*” (García Canclini, 1993: 34).

Entre otras cuestiones, la importancia del consumo (sobre todo el cultural) radica en que más que a la satisfacción de las necesidades previas, desarrolla una importante función de construcción de la propia identidad. Un rol que compartiría igualmente con el trabajo (Levy, 2004). Tanto ha sido así que el propio concepto de la libertad se ha ligado desde el siglo XX al consumo y al bienestar que este produce (Winner, 2008: 81-82).

La sociedad actual se construye en torno a auténticos templos de consumo (Bauman, 2002: 106) de los que se separa y excluye aquello que se prefiere no ver (por ejemplo *mendigos, saqueadores, vagos, merodeadores*, en palabras de Bauman) que además centralizan una importante oferta de ocio. Esta situación provocó recientemente en Brasil actos de protesta, denominados *rolezinhos* en los que jóvenes de la periferia económica se adentraban en centros comerciales como forma de oponerse a la exclusión social por causas económicas (Leite, 2013).

El consumo, por lo tanto, rige una sociedad satisfaciendo pretendidamente las necesidades de los humanos como nunca antes en la historia (Bauman, 2006: 109). Si bien dicha pretensión solo puede resultar seductora en la medida en la que el deseo no se satisface completamente (Ob. cit.).

En este contexto en el que el consumo ejerce un poder tan importante en la sociedad, el joven se configura como tal a partir de la frecuentación y consumo de cierto tipo de bienes simbólicos y productos culturales (Morduchowicz, 2008: 47). Si, como ya se ha indicado anteriormente, la juventud aparece como sujeto político y económico a partir del siglo XX, la industria cultural comenzó a producir bienes dedicados a ellos tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial (Reguillo, 2000: 24) (Martel, 2010: 53) (Feixa, 2014: 80).

Desde entonces, la globalización económica y cultural ha conseguido que, aparte o al margen de las naciones y los estados, surjan nuevas comunidades (entre ellas, por ejemplo, jóvenes o consumidores) que ofrecen nuevos sentidos de pertenencia, nuevas lealtades (García Canclini, 1995: 50). En cierto modo, se trata de un aspecto relacionado con la desaparición de la distancia, a lo que se hacía referencia en el capítulo primero de la presente investigación. Un consumo global destinado a la juventud que posibilita que, por encima e las respectivas culturas nacionales, destaque

la denominada cultura *mainstream*, con una clara prevalencia de la industria cultural estadounidense (Martel, 2010: 392). La *desespacialización* del territorio (Feixa, 2014: 115) sería, por lo tanto, otra de las características de la actualidad, de la que los jóvenes forman parte.

La cultura popular y la forma en que esta se consume, por lo tanto, supone un aspecto fundamental a la hora de formar la personalidad del joven. Algo que responde cada vez en mayor término a los intereses y necesidades de la industria cultural. Ya a mediados del siglo pasado algunos autores definían el cine y la radio como una industria y no como un arte, entendiéndolo como un negocio (Horkheimer y Adorno, 1998: 166).

Como señala Lahire (2006: 499-500) los hábitos culturales de los jóvenes, especialmente los de edades más tempranas (entre 12 y 25 años), se encuentran sometidos a tres tipos de presiones: las que ejercen sus pares, que suelen coincidir con las que se promocionan desde la industria cultural (prácticas culturales que no pertenecen a un repertorio considerado legítimo: música, cine, series de televisión, etc.); las que se realizan desde la escuela (consideradas legítimas: literatura, museos, teatro, ciencias, etc.); y las que se ejercen desde la familia (que se consideran más o menos legítimas en función del capital cultural de la familia).

Otro rasgo a tener en cuenta a la hora de analizar los consumos culturales es el efecto provocado por la revolución tecnológica, también nombrada en capítulos anteriores. Los avances tecnológicos han influido, por ejemplo, en la propia forma de consumir medios de comunicación ya presentes antes de la revolución digital. Scolari se refiere, por ejemplo, a la hipertelevisión (Scolari, 2008: 229), marcada por las características de la navegación y el hipertexto.

La presencia de los entornos digitales permite la interacción junto con nuevos entornos y pantallas (Lomana en Aguado, 2012: 176), favorecido por las características de las

tecnologías de la información que se señalaban en capítulos anteriores, tales como la hiperconectividad.

Como recuerdan Marta y Gabelas (2011: 39) la tendencia actual de consumo audiovisual supone una migración hacia nuevas formas de entender los productos audiovisuales, en las que se encuentra eternamente presente el entorno multimedia y conviven diferentes pantallas.

Entre estas pantallas, afloran de un modo especial los *smartphones*, alcanzando una penetración planetaria y con un aumento incesante en los últimos años, tal y como se pudo ver en el primer capítulo de esta investigación. Este proceso de omnipresencia del *smartphone* y de elemento clave del consumo mediático ya se comenzó a vislumbrar en los primeros años de la presente década en estudios realizados, por ejemplo, en países como Estados Unidos, si bien ya se anunciaba su alcance mundial (Comscore, 2011).

El consumo cultural juvenil, por lo tanto, se debe entender tanto desde la importancia que este supone para la propia identidad de los y las jóvenes, como por las características de un modelo basado en las nuevas tecnologías de la información. Con la multiplicidad de pantallas y la omnipresencia de los *smartphones*, con todo lo que ello supone (hiperconectividad, desaparición de la distancia, auge de la tactilidad, redefinición de las esferas pública y privada...) como unos de sus principales vectores. No en vano, si algo diferencia el cambio tecnológico experimentado en los últimos años con relación a los jóvenes, a diferencia de otros momentos de la historia, es el hecho de que los jóvenes no se encuentran en una posición subalterna (Feixa, 2014: 45).

### **3.4. Particularidades de la juventud en Aragón**

La investigación se circunscribe, asimismo, en un universo muy definido, el de la juventud aragonesa de entre 20 y 30 años, un sector de la población con unas características especialmente peculiares.

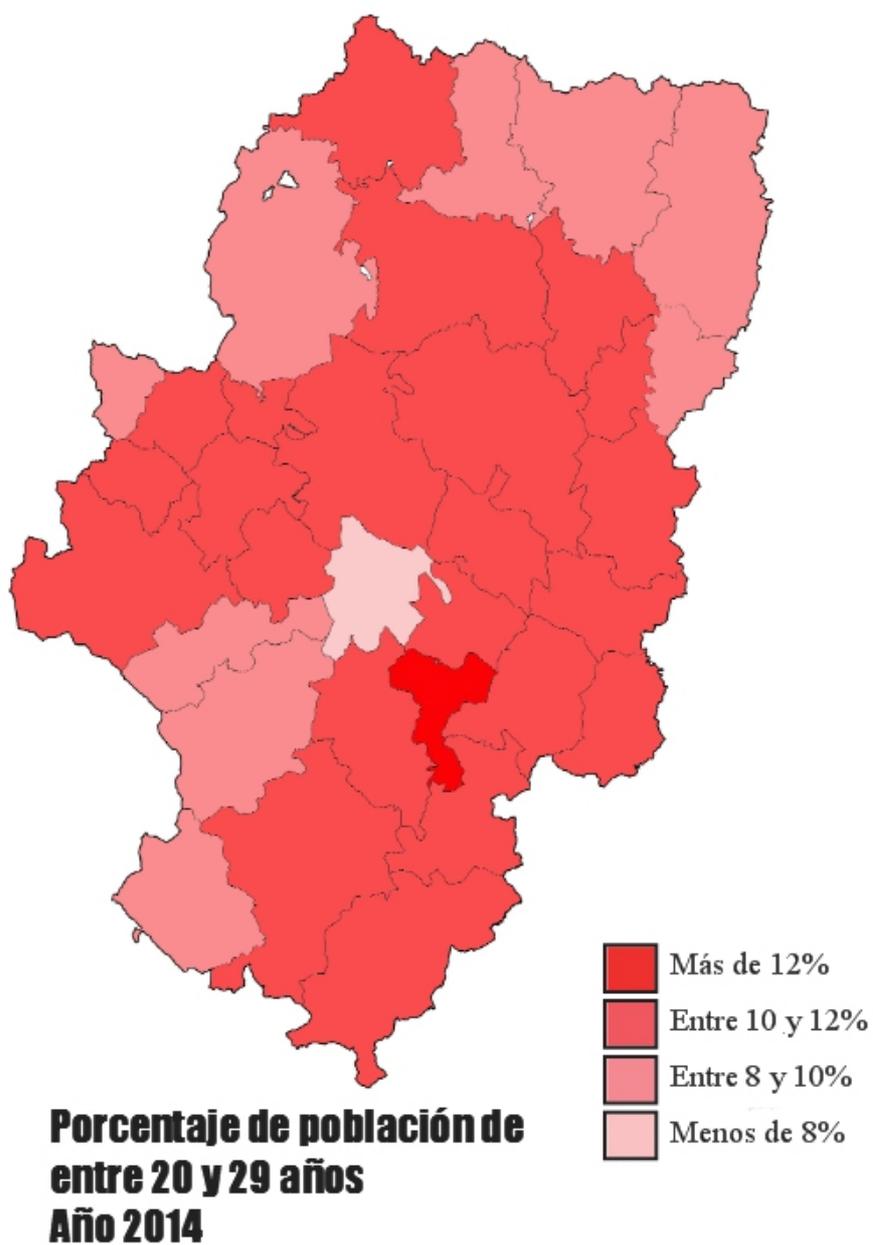
Tal y como se ha analizado en el primer punto del presente capítulo, la población aragonesa cuenta con enormes particularidades, algunas de las cuales todavía se manifiestan de un modo más evidente en su juventud.

En total en Aragón residen 138.274 jóvenes de entre 20 y 29 años (todos los datos demográficos provienen del Padrón Municipal de Habitantes de 1 de enero de 2014). Se trata del 10,43% de la población. De ellos la mayoría son varones (70.496, más del 50,98%). En cuanto a las mujeres, estas representan el 49,01% (un total de 67.778).

Resulta más numeroso el sector de población que ocupa las edades de 25 a 29 años (75.098) que el de 20 a 24 años (63.176).

Si tenemos en cuenta la distribución por comarcas, llama la atención que en el caso de una de ellas (Campo de Belchite), la población con edades comprendidas entre los 20 y los 29 años tan solo supone el 7,65% del total.

**Gráfico 8. Porcentaje de jóvenes de 20 a 29 años por comarcas**



**Fuente: Padrón municipal de habitantes (1/1/2014)**  
**Elaboración propia**

En el resto de comarcas se superan el 9% de la población. Nueve comarcas cuentan con porcentajes superiores al 9%, pero inferiores al 10% (Alto Gállego, Sobrarbe, Ribagorza, Cinco Villas, La Litera, Tarazona y el Moncayo, Campo de Daroca, Jiloca y Sierra de Albarracín).

Quince comarcas cuentan con porcentajes que se encuentran entre el 10 y el 11% (Jacetania, Hoya de Huesca, Somontano de Barbastro, Cinca Medio, Los Monegros, Campo de Borja, Aranda, Ribera Alta del Ebro, Zaragoza, Ribera Baja del Ebro, Bajo Aragón Caspe, Comunidad de Calatayud, Bajo Martín, Maestrazgo y Matarraña).

Por encima del 11% y con menos del 12% tan sólo se encuentra siete comarcas (Bajo Cinca, Valdejalón, Campo de Cariñena, Cuencas Mineras, Bajo Aragón, Comunidad de Teruel y Gúdar-Javalambre).

Por último, únicamente la comarca de Andorra-Sierra de Arcos cuenta con más de un 12% de la población entre los 20 y los 29 años.

Estos datos contrastan con los de la media estatal, en cuyo caso, también con datos del padrón municipal de 2014, la población de entre 20 y 29 años se eleva hasta los 5.121.927 (de ellos, 2.374.582 de entre 20 y 24 años; 2.747.345 de entre 25 y 29), lo que supone un 11,01%, más de medio punto, por lo tanto, que en el caso aragonés.

En todo caso, el hecho de que porcentualmente nos encontremos con hasta ocho comarcas con un porcentaje de jóvenes de entre 20 y 29 años superior a la media estatal parece hacer pensar que la peculiaridad puede ser más de tipo cuantitativo que de orden cualitativo. Dadas, sobre todo, las características señaladas al principio de este capítulo de densidad de población de la gran mayoría de las comarcas aragonesas. En líneas generales la proporción de la población joven con respecto al resto de grupos

de edad se mantiene en unos niveles similares al resto del Estado. Si bien hay que recordar que en diez comarcas (casi un tercio de todas ellas) el porcentaje de jóvenes con edades comprendidas entre los 20 y los 29 años supone menos de un 10% del total de la población.

Sin embargo, lo que sí resulta una realidad es la pérdida de peso específico de este sector de la población en la sociedad aragonesa en los últimos años. Si en 2014 los aragoneses de entre 20 y 29 años representaban el 10,43% de la población, en el año 2000 esta cifra era muy superior: 175.705 jóvenes de entre 20 y 29 años sobre un total de 1.189.908 aragoneses, lo que equivalía al 14,76% de la población (Padrón Municipal de Habitantes a 1 de enero de 2000). El porcentaje de este sector de la población con respecto en la sociedad aragonesa ha experimentado en los últimos 14 años, por lo tanto, un descenso del 29,33% (del 14,76 al 10,43%).

En 2014 la juventud aragonesa se concentra especialmente en el ámbito urbano. Solo en la ciudad de Zaragoza habita el 50,26% de la población a la que se dirige esta investigación (69.503). Este valor es prácticamente igual a la proporción de habitantes de todas las edades que habitan en la capital aragonesa con respecto a toda la comunidad (50,26%, 666.058 habitantes de 1.325.385).

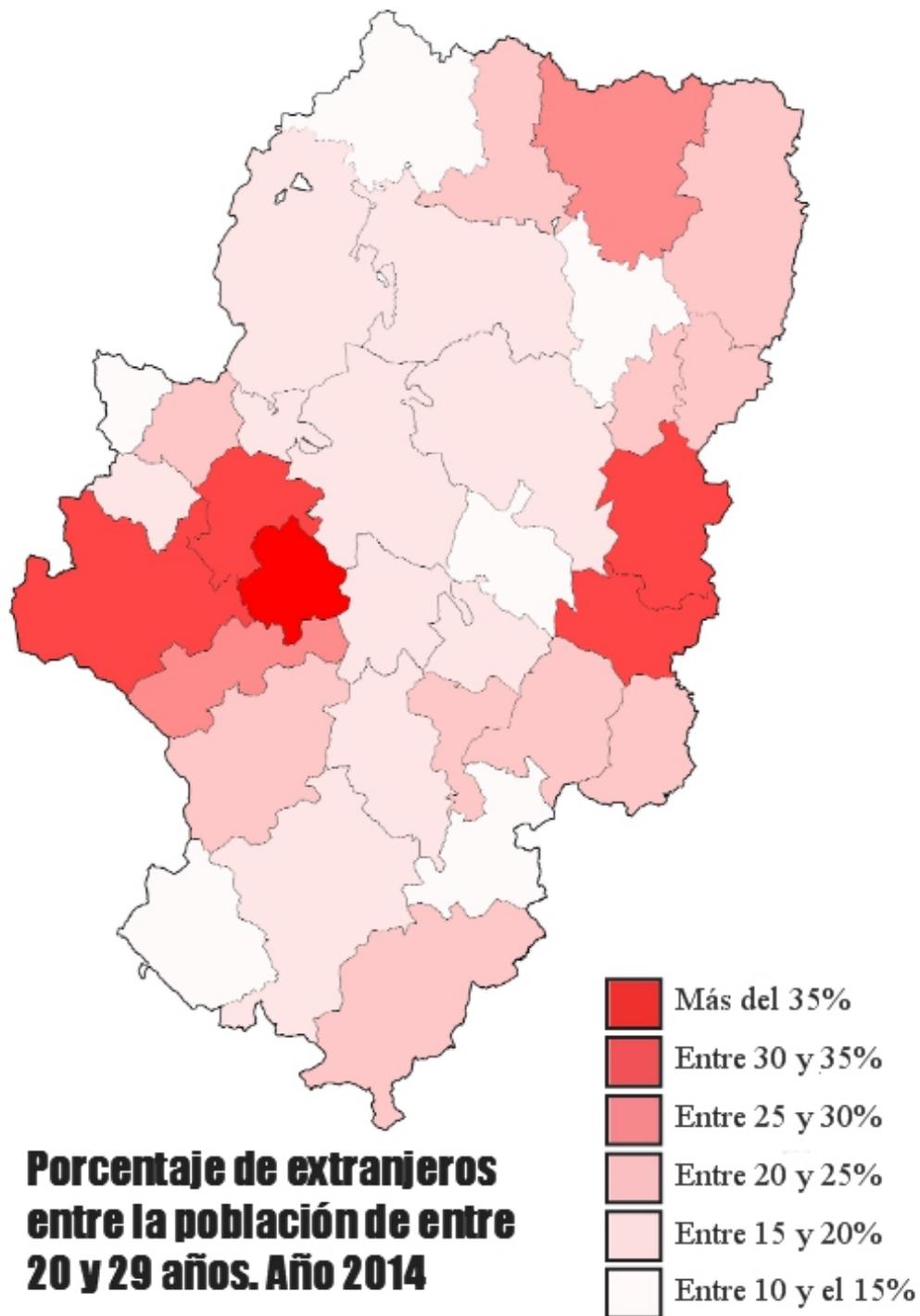
Para la realización de esta investigación y como se explicará más adelante, resulta sin embargo relevante la información aportada por parte de los jóvenes que residen en el ámbito rural. Habida cuenta de que una de las hipótesis se refiere a la más que posible desaparición de la distancia o más bien a la ausencia de ella, sobre todo entre los jóvenes de los ámbitos rurales y urbanos. Previamente a la *explosión* digital, el mundo urbano ejercía sobre el rural un importante atractivo, ya que a él se asociaba unas mayores expectativas económicas, sociales, culturales y de consumo (Aganzo, 1985: 154).

Otra característica a tener en cuenta hace referencia a la presencia de población extranjera, llegada de un modo notable a tierras aragonesas en los últimos años. Si en el año 2000 los extranjeros totales empadronados en Aragón eran 12.018 (un 1% de la población), tan solo catorce años después la cifra asciende a 149.231 (el 11,25%). A lo largo del presente siglo, por lo tanto, se ha producido un aumento del 1241% con respecto a la población extranjera en Aragón.

En el tramo de edad entre los 20 y los 29 años el porcentaje de población extranjera (siempre según datos del padrón municipal) se sitúa en un nivel muy superior a la media aragonesa. Los 28.066 jóvenes extranjeros suponen el 20,29% del total.

Dieciocho comarcas cuentan con porcentajes inferiores a la media, siendo la Jacetania la que registra un porcentaje de población extranjera joven menor: un 10,42%. En cuanto al resto, la comarca con una mayor presencia de porcentaje de población extranjera entre sus jóvenes de entre 20 y 29 años es Campo de Cariñena (38,08%), seguida de Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó-Casp (34,78%) y de Valdejalón (34,22%).

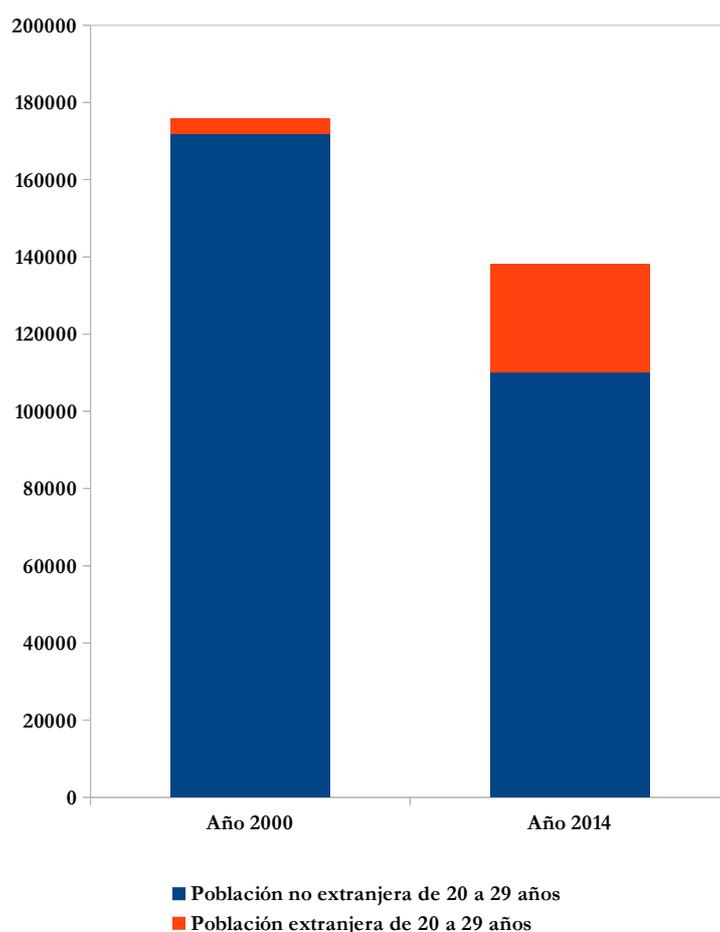
**Gráfico 9. Porcentaje de población extranjera de 20 a 29 años por comarcas**



**Fuente: Padrón municipal de habitantes  
(1/1/2014)  
Elaboración propia**

Una de las principales características de la evolución de la población joven en Aragón en el presente siglo, por lo tanto, pasa por el importante descenso que ha experimentado en términos cuantitativos, unido al exponencial crecimiento de la población extranjera. Se trata, por lo tanto, de otro elemento a tener en cuenta a la hora de analizar cualquier comportamiento de la población joven en Aragón.

**Gráfico 10. Evolución de la población de entre 20 y 29 años en Aragón (años 2000-20014)**



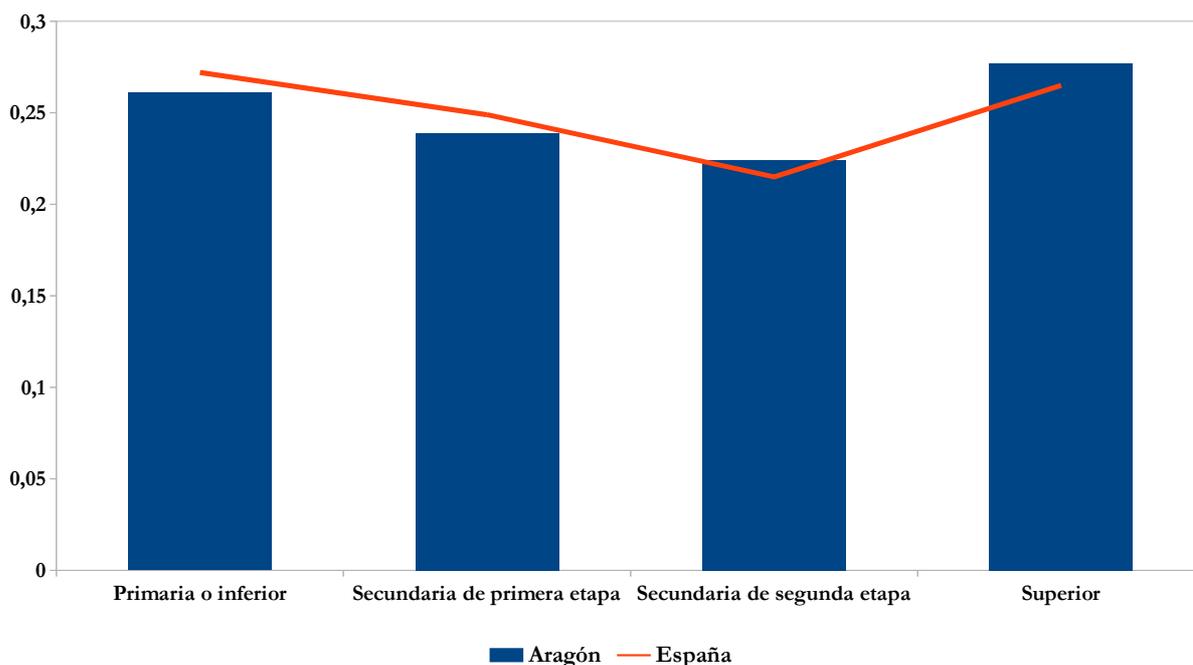
Fuente: Padrón Municipal de Habitantes (1/1/2014)

En cuanto al nivel de cualificación, los porcentajes de la población aragonesa de más de 16 años se asemejan a los de la media estatal. Si bien en el caso aragonés se puede observar un mayor porcentaje de personas que disponen de estudios más avanzados (especialmente en estudios superiores).

Esto es, Aragón cuenta con unos porcentajes inferiores a la media estatal en porcentaje de la población con estudios primarios o inferiores (26,1% en el caso aragonés frente a 27,2% en el caso español) y con educación secundaria de primera etapa (23,9% frente a 24,9%). Sin embargo, dispone de mayores porcentajes de población mayor de 16 años con mayor índice de instrucción: en educación secundaria de segunda etapa (22,4% frente a 21,5%) y educación superior (27,7% frente a 26,5%). Todos estos datos pertenecen a Instituto Aragonés de Estadística: *Datos Básicos de Aragón*.

Se trata, por lo tanto, de un cambio cuantitativo notable con respecto a la sociedad aragonesa, por ejemplo, de principios de siglo XX, que tal y como se ha visto anteriormente, se caracterizaba por un atraso económico con respecto a otras zonas del Estado Español.

**Gráfico 11. Nivel de instrucción de las personas mayores de 16 años en Aragón y comparación con la media española. Elaboración propia**



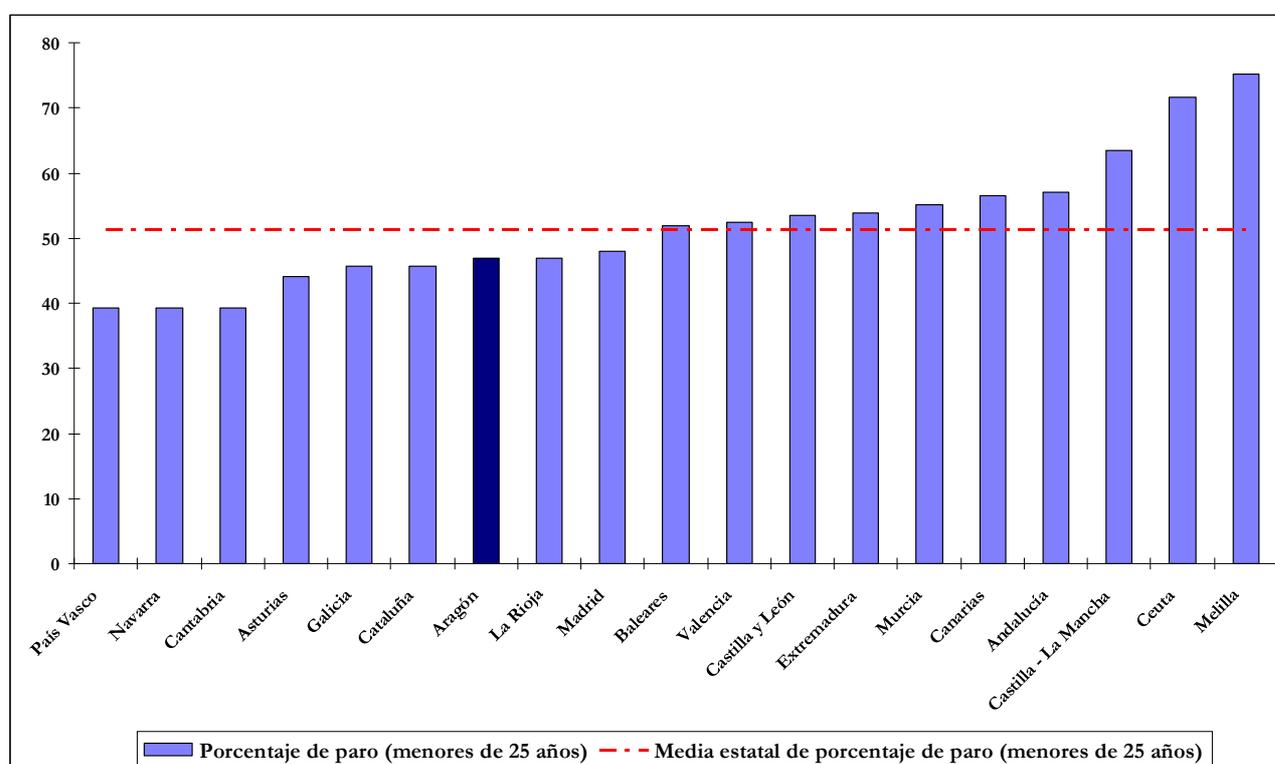
Fuente: Instituto Aragonés de Estadística (Datos Básicos de Aragón)

En cuanto a la actividad productiva, los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), correspondiente al primer trimestre de 2015 revelan que el 46,9% de los menores de 25 años se encuentran actualmente en situación de desempleo, siendo mayor el número de mujeres (53,1%) sobre hombres (41,5%). Los datos de paro resultan todavía más evidentes en los primeros años de incorporación al mercado de trabajo. De 16 a 19 años el porcentaje de desempleo se sitúa en Aragón en el 56,6% (el 48,5% de los varones y el 64,7% de las mujeres).

La media estatal en cualquiera de los casos se sitúa por encima del nivel de desempleo que se registra en Aragón: el 51,36% de los jóvenes españoles menores de 25 años se encuentran en situación de desempleo.

En el caso del paro juvenil (entendido este como el de menores de 25 años, puesto que se carecen en este tipo de fuentes de bases de datos referentes a jóvenes de más de 25 años), Aragón se sitúa en la séptima posición a nivel estatal. Con menos desempleo se puede encontrar a País Vasco (39,22%), Navarra (39,28%), Cantabria (39,39%), Asturias (44,04%), Galicia (45,62%) y Cataluña (45,65%).

**Gráfico 12. Comparativa del paro juvenil (menores de 25 años) por comunidades autónomas y media estatal**



Fuente: Encuesta de Población Activa (primer semestre de 2015)

Sin lugar a dudas, a pesar de que el porcentaje sea inferior a la media estatal y que Aragón se encuentre entre las comunidades autónomas donde los jóvenes en situación de paro se encuentran por debajo del 50%, la situación que atraviesan parece complicada, más en tiempos de crisis. Los estudios realizados sobre la juventud

española en los últimos años inciden en la falta de expectativas laborales, convirtiéndose este sector de la población en uno de los más vulnerables y expuestos a situaciones de vulnerabilidad, precariedad o incertidumbre (Injuve, 2013: 79). Una situación de debilidad en un momento en el que la posesión de un empleo define la identidad social (Levy, 2004). Algunas décadas antes de que se aceleraran los cambios provocados por la globalización, Debord ya recordaba que la burguesía había suprimido todo privilegio que no derivase de la explotación del trabajo (Debord, 2005: 129).

Por este motivo, desempleo e incertidumbre son dos factores a tener muy presentes en la vida de los jóvenes en la actualidad. Los jóvenes han sufrido una *asfixia de sus expectativas laborales* que incluso ha empujado a los más cualificados a la migración o incluso a la fuga de cerebros (Santos, 2013: 127).

### **3.5. ¿Muerte de la juventud?**

Si bien en este capítulo nos hemos acercado al propio concepto de juventud y a cómo este ha ido evolucionando a lo largo de los tiempos, así como a las propias características que pueden definir a la juventud en Aragón, resulta necesario recordar en qué medida este concepto puede encontrarse en entredicho actualmente.

A pesar de que en el recorrido histórico que hemos realizado en el presente capítulo se recuerda la presencia del concepto de juventud desde prácticamente la antigüedad, en algunos momentos y lugares se ha llegado a difuminar. Sobre todo entre los conceptos de infancia, adolescencia y juventud, como ocurrió en la Alemania moderna (Schindler, 1996: 309).

Tomando la perspectiva de Postman la aparición de la televisión produce la desaparición de los conceptos de niño o adulto (Postman, 1994: 78-79). La televisión

provoca que (en este caso los niños) tengan acceso a todos los secretos del mundo adulto y sin secretos no se puede hablar de infancia (Ob. Cit.: 80). Este acceso ilimitado a la información que revela *el mundo de los mayores* ya se produjo, por lo tanto, en un momento incluso anterior al mundo digital. Esta situación coincide en el tiempo con la percepción de la infancia como los consumidores del mañana, de los que se espera que se incorporen cuanto antes a la sociedad del consumo, si puede ser tras su venida al mundo (Bauman, 2006: 149-150).

Estas profundas transformaciones no parecen inocentes. Toda tecnología entraña una ideología (Postman, 1996: 26), algo en lo que también coincide Winner (2008) y los avances experimentados en los últimos años no parecen una excepción.

La gran diferencia surgida ya antes de la eclosión digital, con la propia televisión, reside en que los nuevos medios de comunicación no requieren de un aprendizaje específico, como ocurría con la lectura, para poderlos utilizar. Con la televisión, por ejemplo, no resulta necesaria una alfabetización previa (Morduchowicz, 2008: 11). De hecho, los jóvenes pueden considerarse autodidactas a la hora de adquirir las competencias básicas para poder utilizar las tecnologías de la información (Gabelas y Marta, 2011: 14) y a través de ellas adentrarse en el mundo de los adultos, accediendo a los secretos que otrora precisaban de años de formación y socialización.

Siguiendo con el planteamiento de Postman de la desaparición de la infancia, también se puede extender la misma idea hacia una juventud, que accede de forma totalmente mayoritaria a Internet (Reig y Vílchez, 2013: 14) (Aranda, Sánchez-Navarro y Taberner, 2009: 12) y se encuentra hiperconectada, lo que ha modificado totalmente su forma de ser y relacionarse (Reig y Vílchez, 2013: 23).

Quiere esto decir que si el acceso a los secretos del mundo adulto podría facilitar la desaparición del concepto de infancia como consecuencia de la aparición de la

televisión, la hiperconectividad que se deriva de Internet y su popularización ha podido ir incluso mucho más allá. En la infancia y la juventud.

En todo caso, la condición de joven se podría ver definida mucho más por la fragilidad, sobre todo en épocas, como la actual de crisis de económica, y la falta de empleo y expectativas (Observatorio de la Juventud de España, 2011), que por el acceso a informaciones reservadas a los adultos. Se reforzaría, por lo tanto, la idea apuntada anteriormente de juventud como etapa previa a la emancipación (Garrido y Requena, 1996), neutralizando de este modo la posible *desaparición* de la juventud.

# **CAPÍTULO 4**

## **APROXIMACIÓN A LOS DATOS CUANTITATIVOS SOBRE PENETRACIÓN TECNOLÓGICA Y CONSUMO CULTURAL ENTRE LOS JÓVENES Y ARAGÓN**

A pesar de que el trabajo de campo de esta tesis se desarrolla a través de una metodología cualitativa, por medio de la realización de ocho historias de vida a otros tantos jóvenes aragoneses, se ha considerado necesario completar la investigación con el análisis de datos de tipo cuantitativo.

En este capítulo y por medio de estos datos se pretende conocer cuál es el grado de penetración tecnológica de Aragón, poniéndolo en relación con su entorno, especialmente con el resto del Estado español y con la Unión Europea.

Como ya se ha analizado en el capítulo 3, Aragón entró en el siglo XX en una posición periférica. De los datos que se van a analizar a continuación se puede conocer si esta posición periférica se mantiene, al menos en cuanto a la penetración tecnológica en la sociedad aragonesa, tras la eclosión de la revolución digital a la que se hacía referencia

en el capítulo primero.

Teniendo en cuenta que la presente investigación también aborda la forma en la que consumen la cultura los jóvenes aragoneses, y su relación con las tecnologías de la información, el siguiente punto que se analizará será el de los datos de hábitos y consumo cultural entre los jóvenes aragoneses. Del mismo modo se establecerán diferencias y similitudes con el entorno en el que se encuentra Aragón. Asimismo, se realizará un acercamiento a las posibles diferencias de comportamiento ante los productos culturales por parte de los jóvenes dentro de la propia comunidad, intentando conocer las particularidades que pueden darse entre los jóvenes de los ámbitos urbano y rural.

Las conclusiones ofrecerán un primer diagnóstico sobre la situación en la que se encuentra tanto la penetración tecnológica como los hábitos de consumo cultural entre los jóvenes aragoneses. Sus especificidades y sus similitudes con los de otras zonas de España y de Europa, así como un primer diagnóstico que será completado por la investigación cualitativa a la hora de responder a las preguntas de investigación planteadas.

#### **4.1. Penetración tecnológica en Aragón**

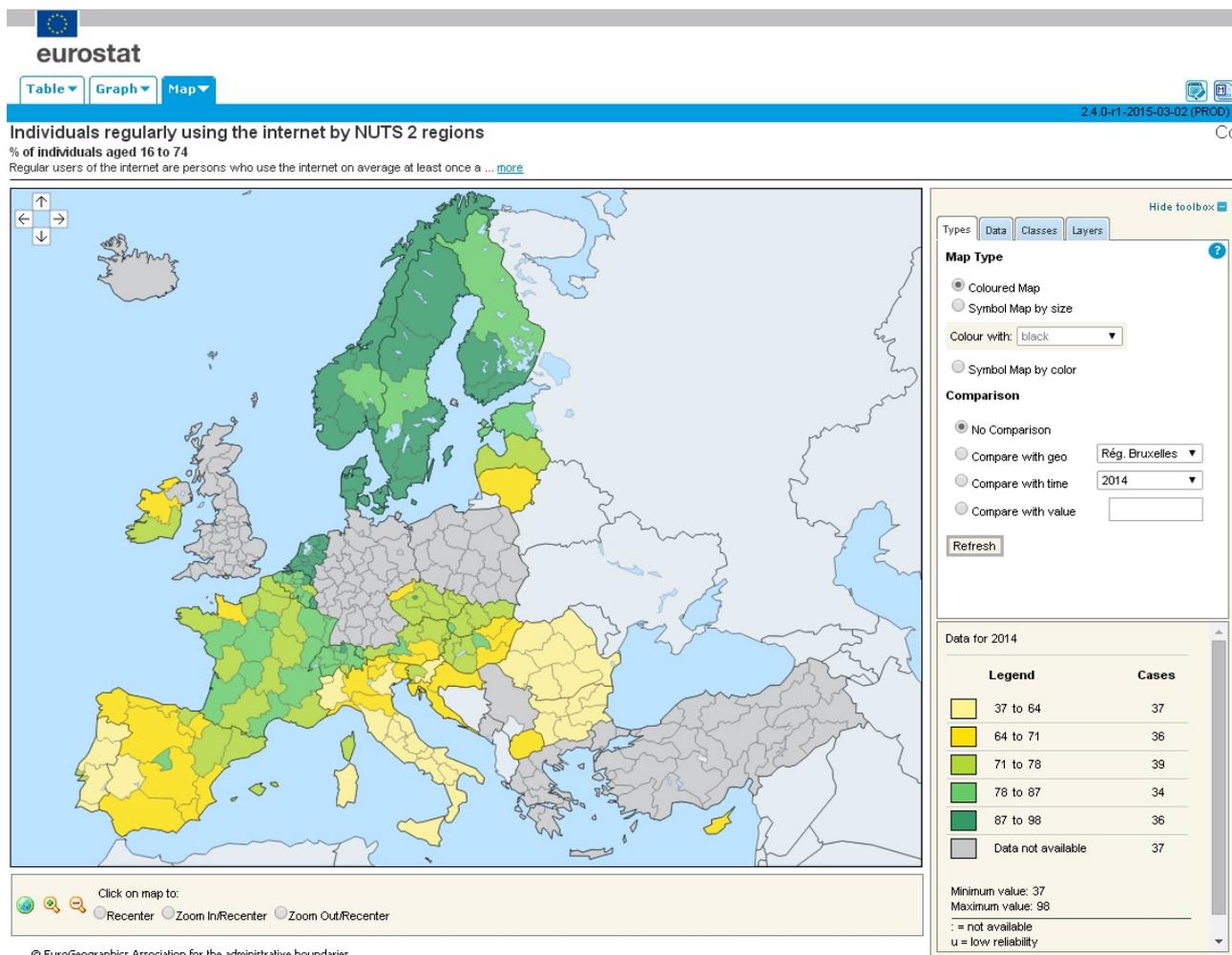
El análisis de los datos cuantitativos ofrece una muestra del grado de penetración de las tecnologías de la información tanto en Aragón como en los jóvenes aragoneses.

Tal y como se refería en el capítulo 3.1, Aragón se encuentra en la actualidad mucho más cerca del centro que de la periferia económica y social, a nivel mundial. El grado de penetración tecnológico, se encuentra por encima de la media española en once dispositivos (Teléfono fijo, teléfono móvil, televisión, Internet, conexión de banda ancha, ordenador de algún tipo, vídeo analógico, vídeo digital –DVD-, radio, cadena

musical o equipo de alta fidelidad y lector de libros electrónicos). Por el contrario, en seis dispositivos se encuentra por debajo de la media (conexión móvil en banda ancha con dispositivo de mano, ordenador portátil, tableta, ordenador de sobremesa, otro tipo de ordenador y MP3 ó MP4) (Urueña, 2014: 86).

Resulta necesario hacer notar que se estima que en el Estado Español el 71,57% de la población individual utiliza Internet (Eurostat en International Communication Union, 2013). Según cifras del mismo organismo, Aragón se situaría en la media de las regiones europeas en cuanto a acceso a Internet en población entre los 16 y 74 años, con un 73%. Se trataría de la cuarta comunidad autónoma del Estado español con mayor penetración de Internet, tras Madrid (79%), País Vasco (77%) y Catalunya (75%). Asimismo, un total de 70 regiones de la UE-28 se situarían en franjas superiores (entre un 78 y un 98% de penetración) y 73 formarían parte de franjas con un porcentaje de la población con acceso a la red (entre 16 y 74 años) que oscilaría entre el 37 y el 71%. Junto con Aragón, otras 38 regiones de la Unión Europea obtendrían unos valores entre el 71 y el 78%.

**Gráfico 13. Porcentaje de individuos con acceso regular a Internet entre los 16 y los 74 años en la Unión Europea por regiones. Fuente: Eurostat**



Fuente: Eurostat

Por su parte, las cifras que aporta Telefónica (2015: 87) hablan de un porcentaje incluso superior. Un 76,1% de la población con entre 16 y 74 años se había conectado a Internet en los tres meses anteriores. Comparado con los datos medios de algunos estados del entorno de España, estos niveles de acceso a Internet se situarían en un plano inferior a Francia (81,92%), Gran Bretaña (89,84%) o Alemania (83,96%) entre otros estados. Mientras que por debajo, tanto de la media aragonesa como de la

española, se sitúan países como Italia (58,46%), Grecia (59,87%) o Portugal (62,10%) (Eurostat en International Communication Union, 2013).

En cuanto al acceso a la telefonía móvil, en 2013 el Estado español disponía de 106,89 líneas por cada 100 habitantes, según datos recogidos en la Comisión de Nacional de los Mercados y la Competencia en UIT (2013). Tal y como se señalaba en el primer capítulo, las líneas de telefonía móvil (y la conexión a Internet de banda ancha a través de ella), ha conseguido en los últimos años un espectacular despegue en prácticamente todas las partes del mundo. En 2014 en Aragón el 94,17% de la población de entre 16 y 74 años había utilizado, en los últimos tres meses, el teléfono móvil (IAEST según explotación de microdatos de la "Encuesta sobre el uso de Internet en Aragón: hogares y personas 2014", Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información (OASI), INE). La diferencia entre el ámbito rural y el urbano prácticamente era inapreciable, si bien en este último era ligeramente superior: 93,78% ámbito urbano, frente al 94,67% en el ámbito rural. Dentro de Aragón, el mayor uso se registró en Teruel capital (97,98%), seguido de Huesca provincia (95,83%); Zaragoza provincia (94,36%); Zaragoza capital (93,81%); Teruel provincia (93,63%); y Huesca capital (90,67%). La diferencia entre el ámbito rural y el urbano en el caso de Aragón en cuanto a la utilización del teléfono móvil parece, por lo tanto, completamente inexistente a tenor de los datos cuantitativos.

A nivel de viviendas, el equipamiento de Tecnologías de la Información y la Comunicación demuestra asimismo unos porcentajes muy similares, salvo en algunos casos muy concretos, en el ámbito urbano y el ámbito rural.

**Tabla 4. Equipamiento TIC en los domicilios aragoneses**

	Aragón	Urbano	Rural
Total viviendas	471.025	266.158	204.867
Televisión	99,4%	99,3%	99,5%
Ordenador	74,8%	78,4%	70,2%
Teléfono fijo	85,7%	86,7%	84,5%
Teléfono móvil	96,3%	97,3%	94,9%
Radio	77,9%	81,9%	72,8%
Cadena musical, equipo de alta fidelidad o laserdisk	51,3%	55,1%	46,3%
MP3 ó MP4	39,8%	46,1%	31,6%
Vídeo	40,6%	40,7%	40,5%
DVD o similar (Blue Ray, p.ej)	66,5%	69,5%	62,7%
Lector de libros electrónicos (e-book)	20,5%	26,3%	13,0%

Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

La mayor diferencia entre el ámbito rural y el urbano se produce en los libros electrónicos (e-book). El 13% de los domicilios del ámbito rural cuentan con este equipamiento, mientras que en el caso de los domicilios del ámbito urbano el porcentaje es el doble.

En el resto de aparatos el nivel de penetración es muy similar, si bien en la gran mayoría de los casos las viviendas del ámbito urbano se encuentran más equipadas tecnológicamente. El único dispositivo que cuenta con una mayor presencia en los domicilios del ámbito rural frente al urbano es el televisor (99,5% en el ámbito rural frente a 99,3% en el ámbito urbano), si bien esta diferencia resulta prácticamente inapreciable.

De entre todos los dispositivos tecnológicos destaca por su omnipresencia el teléfono móvil, un hecho que favorece la hiperconectividad, de la que se hablaba en el segundo

capítulo. Según la encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas correspondiente a marzo de 2015, el 39,6% de los españoles encuestados que emplean habitualmente tecnologías de la comunicación utilizan continuamente el teléfono móvil (llamadas o mensajes). Un consumo muy superior al del ordenador (PC o portátil), que lo utilizan continuamente un 25% de la población, o del correo electrónico (un 22%). También con una menor utilización constante se encuentran las tablets u otros dispositivos (17,4%) (CIS: 2015).

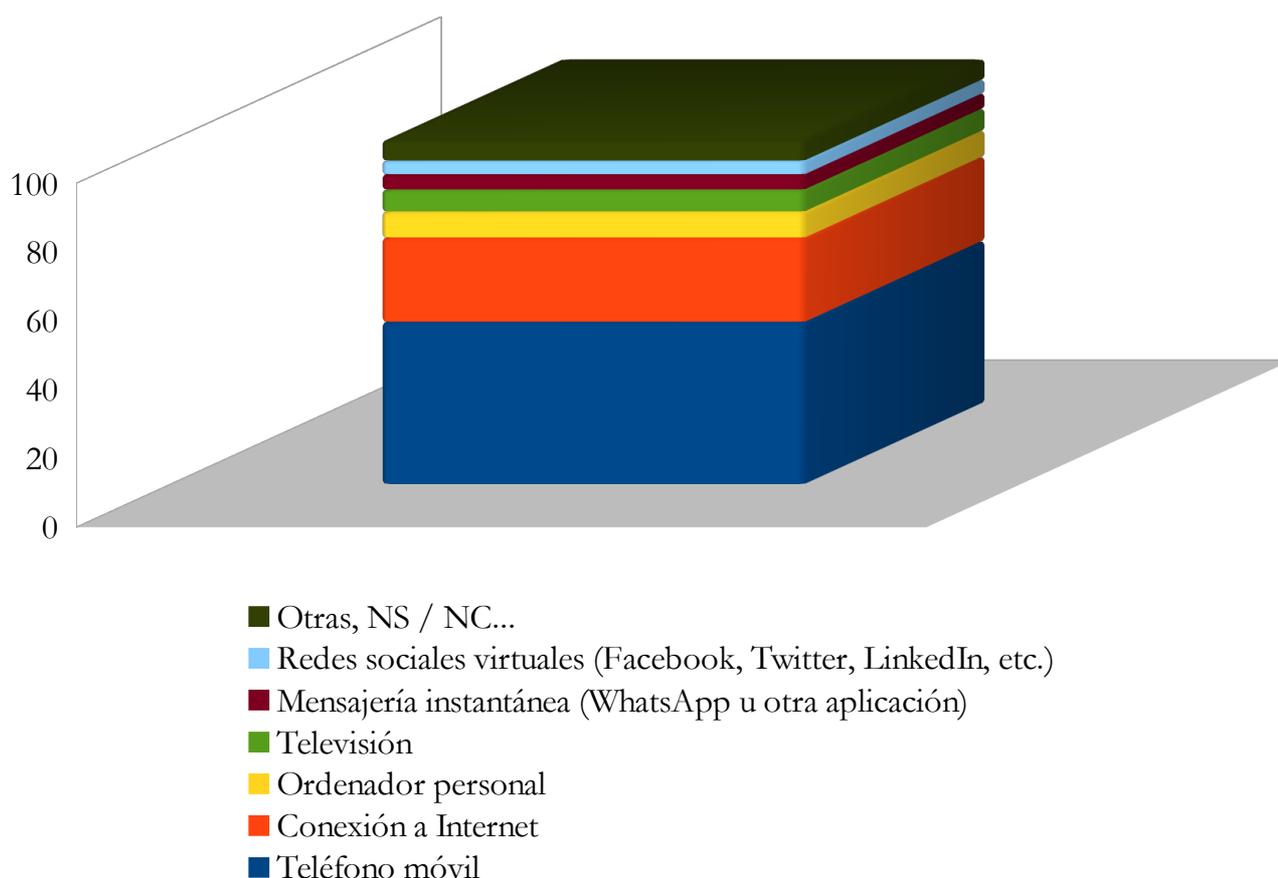
Asociado al uso del teléfono móvil (smartphone) también se encuentran las aplicaciones de mensajería instantánea (*Whatsapp, Telegram, Line...*), que reconocen utilizar continuamente un 48,8% de los encuestados. Esta función de tipo relacional se sitúa por delante también del uso de redes sociales (*Facebook, Twitter, LinkedIn...*), que alcanzó un 20,3%.

No en vano la mensajería (bien instantánea o bien a través de SMS) es la principal actividad de los usuarios habituales de las tecnologías de comunicación. El 80,4% de los encuestados reconocen haberla utilizado, por delante de la búsqueda de información en Internet (74,5%); la instalación de alguna aplicación (50,9%); la descarga de películas, música, libros (37,1%); o la “subida” de vídeos o fotografías (35,5%) a la red, entre otras funciones.

Volviendo al caso de Aragón, el teléfono móvil también destaca como el principal dispositivo para acceder a Internet desde fuera del domicilio, con un porcentaje del 72,2%, por delante del ordenador portátil (35,9%) y de otros dispositivos (7,2%). En este caso, los porcentajes varían en función de si el ámbito es urbano o rural, ya que en el primero el porcentaje de uso del teléfono móvil como principal acceso a Internet desde fuera del domicilio se sitúa en el 76,9%, mientras que en el ámbito rural es del 65,7% (Instituto Aragonés de Estadística: 2014).

La percepción del teléfono móvil como elemento clave de la actual sociedad parece consolidada. Para el 47,2% de los encuestados por el CIS (2015) se trata del dispositivo o nueva tecnología que más ha cambiado la vida cotidiana de las familias españolas. Tras el teléfono móvil se encuentran la conexión a Internet (24,5%); el ordenador (7,6%); la televisión (6,4%); la mensajería instantánea (4,4%); las redes sociales (4%) y otras.

**Gráfico 14. ¿Cuál de estos aparatos y nuevas tecnologías cree que ha cambiado más la vida cotidiana de las familias en nuestro país?**



Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas

La mayoría de los jóvenes aragoneses manifiestan utilizar habitualmente tres o cuatro herramientas informáticas. El porcentaje mayoritario es el que dice manejar tres herramientas (54,6%); seguido de cuatro herramientas (26,2%); dos herramientas (8,7%); y una herramienta (4,5%). Tan solo un 6% de los jóvenes aragoneses dice no conocer ninguna (Instituto Aragonés de Empleo, 2014: 46).

En cuanto al nivel de familiaridad de las redes sociales, el 93,4% de los jóvenes de 20 a 24 años reconoce utilizar alguna de ellas. La más popular es Facebook (88,1%), seguida de Twitter (51,5%); Tuenti (41,9%) y LinkedIn (21,6%) (Ob. cit.: 48).

Los datos cuantitativos vienen a confirmar, por lo tanto que la implantación tecnológica en este momento de la historia se caracteriza, entre otras cosas, por la ubicuidad, la hiperconectividad y por la redefinición de la distancia. Conceptos avanzados en los primeros capítulos de la investigación. La reducción de las diferencias en cuanto a la implantación tecnológica (y los propios usos de la tecnología misma) entre los ámbitos urbano y rural parece consolidarse.

De esta situación por lo tanto, puede desprenderse asimismo la desaparición de las diferencias de consumo y hábitos culturales entre los dos ámbitos (rural y urbano), dado el decisivo papel que desempeña la tecnología a la hora de que este consumo se produzca.

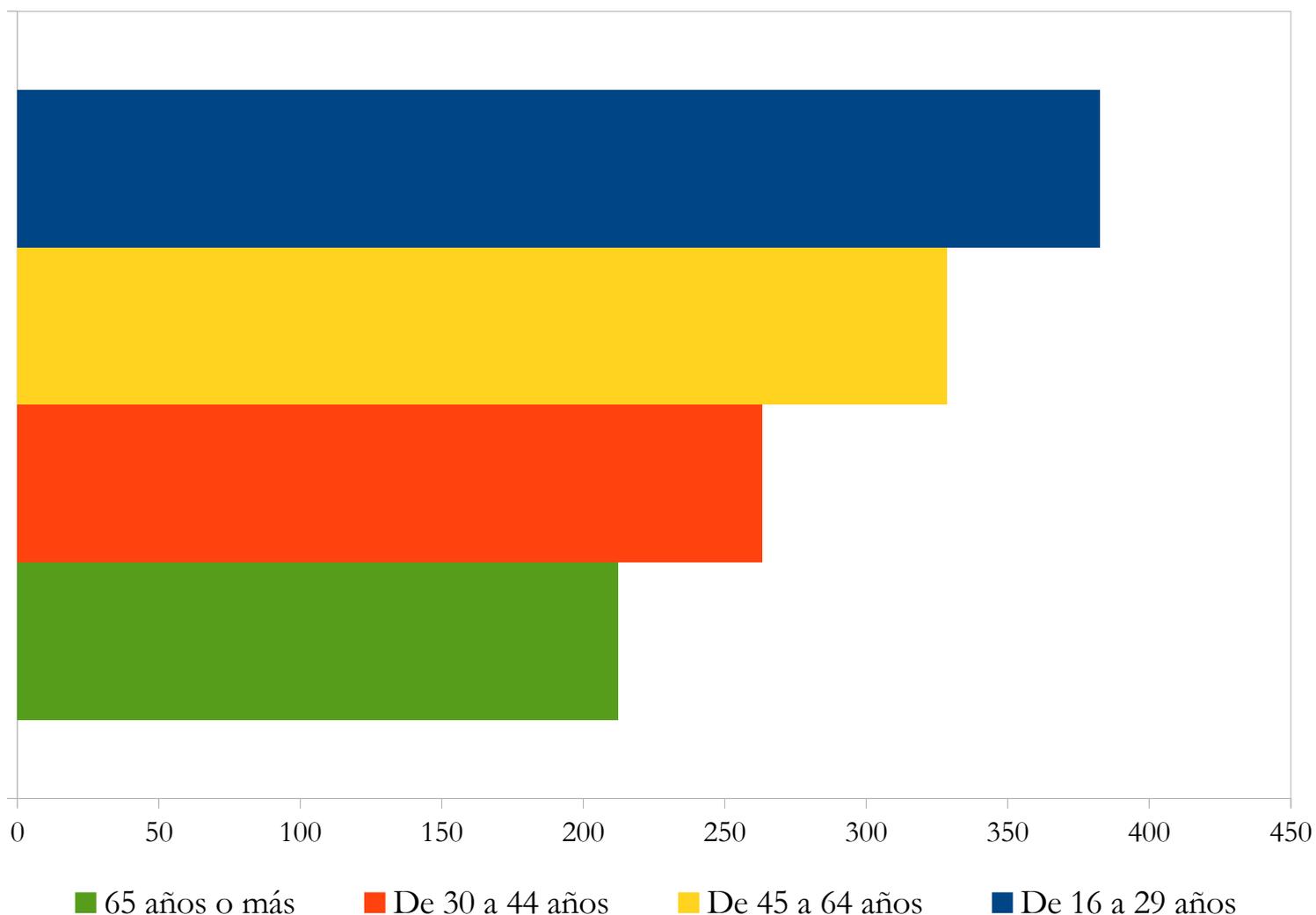
#### **4.2. Jóvenes y consumo cultural en Aragón**

Los hogares aragoneses dedicaron en 2013 un gasto medio de 694 euros a actividades culturales. Se trata de una de las diez comunidades autónomas con un gasto mayor a la media estatal, que fue de 673,3 euros, en un ranking que encabeza Madrid (883,9 euros) y cierran Ceuta y Melilla (537,3) (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2014).

Por habitante, el gasto aragonés en cultura (285 euros) también se sitúa por encima de la media estatal (265,7 euros). La actividad cultural a la que dedicaban los aragoneses una mayor cantidad de dinero en 2013 eran los equipos y accesorios audiovisuales de tratamiento de la información e Internet (125,3 euros). Dicho de otro modo, casi la mitad del presupuesto que cada aragonés dedicó a cultura tenía que ver directa o indirectamente con la tecnología o la información. Menor cantidad de dinero se dedicó a servicios culturales (99,3 euros); libros y publicaciones periódicas (43,6 euros); así como a otros bienes y servicios (16,7 euros).

Si atendemos a la edad del principal sustentador del hogar, cuando este se encuentra entre los 16 y los 29 años, el gasto medio por persona en servicios culturales en Aragón es el más alto de todos los grupos de edad: 382,57 euros, según datos de 2013 (Instituto Aragonés de Estadística con datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares, INE, 2013). Tras este grupo de edad se situaría el comprendido por las personas de entre 45 y 64 años (328,46 euros); de 30 a 44 años (263,27 euros); y 65 años o más (212,3 euros).

**Gráfico 15. Gasto en bienes y servicios culturales por características del sustentador principal**



Fuente: Instituto Aragonés de Estadística. Encuesta de Presupuestos Familiares. INE

Se de la circunstancia de que precisamente entre la población joven, como se ha podido ver en el capítulo 3, se encuentran porcentajes de desempleo cercanos a la mitad de la población. Pese a ello, el sector entre el que se encuentran los jóvenes

objetos de estudio, es el sector de la población aragonesa que más recursos destina a la adquisición de servicios culturales.

Los datos correspondientes a los jóvenes de 16 a 29 años aragoneses, con 382,57 euros anuales destinados a servicios culturales, se sitúa muy por encima de la media estatal en el mismo sector de población (251,84 euros). La diferencia (de más de 130 euros) es muy superior a la media absoluta (285,01 euros en el caso aragonés frente a 265,72 en el caso estatal).

Si bien en este caso los datos no se encuentran estratificados por grupos de edad, en 2013 las aragonesas realizaban un mayor gasto en servicios culturales (306,50 euros) que los aragoneses (278,37).

Un factor a tener en cuenta, dada la relevancia que esta investigación otorga a las diferencias o similitudes entre el ámbito urbano y el rural, es el gasto dedicado a la cultura en atención al tamaño de los municipios. El mayor gasto se produce en las poblaciones de 50.000 o más habitantes (en 2014 tan solo dos municipios, Zaragoza y Huesca), con un total de 339,82 euros, una cifra más alta que la que se produce en la media española en este tipo de municipios (297,19 euros).

En municipios de 20.000 a 50.000 habitantes (igualmente dos localidades: Teruel y Calatayud) el gasto cultural medio fue en 2013 de 228,23 euros (media española de 249,69). En el caso de las poblaciones entre 10.000 y 20.000 habitantes, que en 2014 agrupaban nueve municipios (Utebo, Alcañiz, Barbastro, Monzón, Ejea de los Caballeros, Fraga, Jaca, Tarazona y Cuarte de Huerva) la media aragonesa fue de 252,83 euros (frente a los 233,85 en el caso español). Por último, en el caso de localidades de menos de 10.000 habitantes, donde se concentra el 31,23% de la población aragonesa (414.022 personas) en 718 municipios, el gasto fue de 195,85 euros, mientras que la media española fue de 208,95 euros.

Se aprecia por lo tanto un mayor gasto en las ciudades más pobladas, precisamente donde mayor oferta cultural se concentra. En este caso, al menos cuantitativamente, se observa una notable diferencia en el consumo cultural (al menos en el gasto en servicios culturales) entre el ámbito rural y el urbano. En las poblaciones con más de 50.000 habitantes se destina un 73,51% más que en aquellas (la gran mayoría en el caso de Aragón) que no llegan a los 10.000 habitantes.

En cuanto a los hábitos culturales de los aragoneses, los últimos datos de los que se dispone, correspondientes al año 2014/15 (Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España, del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España), a los que corresponden todas las cifras que se van a ofrecer a continuación.

Nuestra comunidad autónoma se sitúan por encima de la media estatal en la visita a museos, exposiciones y galerías de arte (47,2% de la población aragonesa, frente a 39,4% de la media española); lectura de libros (64,5% y 62,27%); la asistencia a conciertos de música (33,8% y 29,2%); el consumo de videos en streaming (32,4%, 25,1%); personas que ven la televisión (97,6% y 95,5%); personas que escuchan la radio (80,6% y 76,8%).

En el apartado de la asistencia a conciertos, tratándose de una actividad asociada al sector de población objeto de este estudio (en este caso los datos no reflejan la sectorialización por grupos de edad y comunidad autónoma), Aragón es la quinta comunidad que presenta mayor porcentaje de asistencia a conciertos de música actual (29,9%, frente a la media estatal de 24,5%). Por delante de la comunidad aragonesa solo se sitúan Navarra (37,9%), Castilla y León (33,7%), País Vasco (31,4%) y Asturias (31,3%). Aragón era a principios del presente siglo el territorio del Estado donde se registraba una mayor asistencia a conciertos de música actual: En 2002/03 el porcentaje era de 34,1% (la media estatal de 24,6%). A pesar de crecer, en 2006/07,

donde se alcanzó el 34,8% fue superada por Cantabria (35,5%), con ocho puntos más que la media española (26,4%). Por último, en los datos que hacían referencia a los años 2010/11 la asistencia descendió en Aragón al 31,5%, mientras que la media estatal lo hacía al 25,9%.

En los últimos años, por lo tanto, se ha producido un descenso en esta actividad y, si bien continúa siendo mayor la asistencia que la media española, ya son cuatro las comunidades autónomas que superan a Aragón en cuanto a la asistencia a esta actividad cultural.

Ante la ausencia de datos a nivel autonómico, a nivel español los tramos de edad con mayor asistencia porcentualmente a este tipo de conciertos se encuentran entre los 20 y 24 años (47,9%), seguido del sector que abarca de 15 a 19 años (45,4%) y de 25 a 34 años (37,8%). A partir de los 35 años se produce un abrupto descenso en la asistencia a conciertos de música actual.

Entre las personas que habían asistido en el último año a un concierto de música actual, el estilo más popular es el Pop/Rock español (46,8%). A mucha distancia se sitúa Pop/Rock extranjero (8,5%); canción de autor (6,4%); flamenco (3,8%), canción medológica (3,5%); Pop/Rock Latino (3,2%); Nuevo Flamenco (2,9%) o Jazz (2,9%), tras de los cuales se encuentran diversos estilos.

Del mismo modo que ocurre en el restado del Estado, la forma de escuchar la música en Aragón todavía sigue dándole prioridad a la radio (77,3% en el caso aragonés, 75,3% la media española) sobre otros soportes como es el caso del teléfono móvil (25,9% y 30,3%); el ordenador personal (23,3% y 25,0%); equipos de música portátiles (16,9% y 18,1%); televisión (7,8% y 10,1%); tablet (3,1% y 4,9%); y otros equipos (15,3% y 15,1%).

A este respecto resulta interesante destacar que existe un importante cambio generacional a nivel de todo el Estado español (a falta de datos sectorializados por edades a nivel de comunidades autónomas) en la forma en la que los más jóvenes escuchan la música. Así, los más jóvenes utilizan como principal sistema para escuchar música los teléfonos móviles (83,8% en el caso de jóvenes de entre 15 y 19 años; 68,5% de 20 a 24 años). En ambos tramos de edad el ordenador también supera a la radio (49,6% frente a 41,9% entre 15 y 19 años; 53,6% frente a 53,0% entre 20 y 24 años). En el siguiente tramo de edad (entre los 25 y 34 años) el principal equipo para escuchar música es la radio (69,9%) si bien se aprecia una notable presencia de los teléfonos móviles (46,3%) y los ordenadores (36,9%), que en ambos casos se va reduciendo de un modo ostensible conforme avanza la edad, en beneficio de la radio como principal soporte para escuchar música.

En cuanto a los hábitos culturales en los cuales Aragón se encuentra por debajo de la media estatal, se encuentran ir al cine (51,2% en Aragón, 54% en España); artes escénicas (29,1% frente a 29,9%); o ver vídeos (51,6% y 55,6%); entre otras.

De estas actividades llama la atención especialmente, el cambio experimentado por el cine. En 2002/03 en Aragón el porcentaje de personas que habían acudido al cine en el último año alcanzaba el 60,6% (la media española se situó entonces en 55,6%). Se trataba de la quinta comunidad autónoma con mayor afluencia a este tipo de espectáculos, tan solo por detrás de País Vasco (65%); Cataluña (63,6%); Madrid (62%); y La Rioja (61,7%).

A mitad de década ya se había producido un importante descenso (48,4%, siendo la media española de 52,1%), mientras que en 2010/11 el retroceso ya resultaba muy significativo: 43,8% (media estatal 49,1%). En menos de diez años la afluencia al cine descendió en un 27,72%, siendo Aragón una de las comunidades autónomas donde este retroceso fue mayor. De hecho, las cifras solo son similares en el País Vasco, que

en 2002/03 encabezaba la asistencia al cine (65%) para en 2010/11 registrar unos porcentajes menores en un 29,69% (45,7%).

En 2014/15, sin embargo, la tendencia cambió nuevamente, registrándose un ascenso generalizado que sitúa a Aragón con un 51,2% de personas que habían asistido a alguna película en el último año, siendo la media estatal 54%. Aragón sería la séptima comunidad con mayor porcentaje, tras Madrid (70,1%); Navarra (64,2%); País Vasco (59,5%); Illes Balears (57,6%); Cataluña (57,3%); Comunidad Valenciana (52,1%); y Murcia (51,7%).

En el caso del cine, al igual que en el de la asistencia a conciertos de música actual, nos encontramos ante una práctica cultural especialmente popular entre los sectores más jóvenes de la sociedad. A nivel español los tramos de edad en los que la asistencia al cine resulta más mayoritaria son los jóvenes (porcentaje de personas que fueron en el último año al cine): De 15 a 19 años (86,3%); de 20 a 24 años (83,1%) y de 25 a 34 años (69,6%). El porcentaje de asistencia es por lo tanto, inversamente proporcional a la edad, siendo inferior a la mitad de la población a partir de los 54 años.

Algunas de las prácticas culturales más características, por lo tanto (como el cine o la música, especialmente la actual) alcanzan altos niveles de popularidad entre los más jóvenes, incluidos menores de 20 y mayores de 30 años.

Si hasta ahora hemos analizado el impacto de las diferentes prácticas y usos culturales en la sociedad aragonesa, también llaman la atención los datos relativos a la creación. Entre todas las actividades de las que se disponen de datos, en Aragón en cuatro de ellas se consiguen porcentajes superiores sobre la media española. Se trata pintar o dibujar (14,8% en Aragón y 13,7% de media estatal); fotografía (34,5% y 28,9%); vídeo (19,5% y 15,0%); y diseño de páginas web (3,2% y 3,0%). En las otras tres actividades que forman parte de las actividades artísticas el porcentaje de personas que

las practican en Aragón se encuentra por debajo de la media española. Se trata de otras artes plásticas (7,9% y 8,3%); escribir (7,4% y 7,8%); y otras actividades audiovisuales (1,5% y 2,5%).

Por último, si se atiende al gasto efectuado en el último trimestre en algunos de los equipamientos culturales, también se encuentran algunas modificaciones importantes a lo largo de los años. A nivel aragonés han sufrido variaciones importantes la adquisición de libros, música grabada y vídeos.

En cuanto a los libros, tras el descenso que se produjo en 2010/11 con respecto a 2006/07, cuando se pasó de 37,3% (por encima de la media española, que se situó en 34,5%) de personas que habían comprado un libro en los tres últimos meses a un 28,7% (media española 34,9%), en el último periodo del que se tienen datos (2014/15), se aprecia un aumento considerable. En los últimos tres meses un 48,7% de los aragoneses dice haber comprado libros, muy por encima de la media estatal (36,9%). Se trata de la segunda comunidad autónoma en la que más personas dicen haber comprado libros, tras Illes Balears (52,2%).

Si solo se analizan los libros adquiridos que no tenían relación con estudios o trabajo, la cifra de aragoneses que compraron en los últimos tres meses (44,4%) continúa por encima de la media española (31,5%), siendo al mismo tiempo la segunda comunidad donde mayor número de personas manifiesta haber comprado un libro en los últimos tres meses, también tras Illes Balears (45,3%).

A diferencia de lo que ocurre en otros apartados, en lo que respecta a la compra de libros los sectores de edad en los que más personas compran libros (sin relación con estudios o trabajo) se encuentra entre los 45 y 54 años (38,0%); y de 35 a 44 años (37,9%). Inmediatamente después se sitúan el segmento de 20 a 24 años (32,6%) y de 25 a 34 años (31,9%).

En cuanto al formato en el que se compran los libros, también se aprecia una importante diferencia entre Aragón y el resto de España. En el caso aragonés un 48,5% de personas manifiestan haber comprado algún libro en formato de papel en los tres últimos meses, mientras que el porcentaje de personas que lo adquirieron en formato digital alcanzaba el 24,6%, muy por encima en ambos casos de la media española (35,8% y 9,9%).

Los grupos de edad con mayor porcentaje de personas que compraron libros en formato digital son de 20 a 24 años (12,2%); de 45 a 54 años (11,4%); y de 35 a 44 años (10,7%).

En Aragón también se registraron en el mismo periodo importantes descensos en la compra de otros productos culturales, como es el caso de la música grabada y de vídeos. En la primera, se pasó de un 9,5% (de personas que habían efectuado alguna compra de música en el último trimestre) en 2010/11, por debajo de la media estatal (11,7%) a 8,2% en 2014/15 (frente a la media estatal que también descendió a 9,9%). En este caso, el descenso en la adquisición de este tipo de productos culturales es unánime en todas las comunidades del Estado. En Aragón, en todo caso, el descenso superó el 50% (57,96%). Cabe tener en cuenta en este apartado que en 2006/07 el porcentaje de personas que habían comprado música en los últimos tres meses era en Aragón del 22,6%, entonces muy ligeramente por encima de la media española (22,5%).

Del mismo modo también continúa descendiendo en el mismo periodo de tiempo la compra de vídeos. Si en 2006/07 Aragón también contaba con un porcentaje de compra (en el último trimestre) superior a la media española (14,9% por 14,1%), en 2010/11 el porcentaje en Aragón había descendido hasta 7,6%, mientras que en el caso español lo hizo hasta 10,7%. En 2014/15 descendió el porcentaje en Aragón hasta

7,2%, así como la media estatal lo hizo a 8,4%.

Por grupos de edad (como en el resto de los casos, estos datos se refieren al conjunto del Estado, puesto que no se encuentran desglosados por comunidades autónomas), el principal segmento en la compra de vídeos en el último trimestre corresponde a de 35 a 44 años (13,1%), seguido de 25 a 34 años (11,1%) y de 20 a 24 años (10,1%).

La tendencia, por lo tanto, es de descenso generalizado de la compra de bienes culturales. Siendo Aragón un territorio donde se ha manifestado especialmente en proporciones incluso superiores al del resto de España.

Paralelamente a esta situación se encuentra el aumento considerable experimentado por otras formas de obtener estos productos, especialmente la música y los vídeos. En 2014/15 un 11,9% de los aragoneses había grabado o descargado gratuitamente temas musicales en los últimos tres meses, con una media de 35,4 temas o productos descargados por persona. El registro, sin embargo, se situaba por debajo de la media española (15,9% de personas y 43,4 productos de media). Solo Cataluña ofrecía cifras inferiores en el conjunto de comunidades autónomas del Estado (11,3% de personas, 50,5 productos de media).

Los grupos de edad donde mayor porcentaje de población adquiría de este modo la música eran los de entre 20 y 24 años (20,9%); de 15 a 19 años (17,2%) y de 25 a 34 años (14,2%).

Llama la atención que en Aragón esta forma de obtener la música ha ido decreciendo constantemente desde 2006/07 (16,5%, frente al 14,4% de media estatal). En 2010/11 eran un 14,4% los aragoneses que descargaban música gratuitamente a través de Internet, frente 17,7% de media española. El descenso es, como se puede apreciar, generalizado en los últimos años.

En el caso de los vídeos, el porcentaje de personas que los descargaron en el último trimestre de Internet es bastante superior a la compra. En Aragón se registra un 15,8%, una cifra algo menor que la media estatal (17,5%), pero que en este caso sí que ha experimentado un aumento con respecto a años anteriores. En 2010/11 el porcentaje en Aragón era del 15,1%, mientras que la media española se situaba en 17,4%. Llama la atención la diferencia con los datos de 2006/07, cuando la cifra en Aragón (12,8%) era superior a la española (10,3%). No obstante, se confirma en ambos casos la tendencia creciente de esta forma de adquirir productos culturales, siendo superior a la compra de vídeos.

Por lo que respecta a grupos de edad, los porcentajes más altos corresponden a los sectores de población más jóvenes: de 20 a 24 años (42,9%); de 15 a 19 años (38,9%) y de 25 a 34 años (29,7%). La cifra desciende conforme se avanza la edad, siendo inferior a la medida estatal a partir de los 44 años.

La encuesta de 2014/15 es la primera que incluye datos relativos al consumo por *streaming* (Por medio del *streaming* se escucha, se lee o se asiste a los diversos productos culturales sin necesidad de descarga, de la misma forma que se produce en directo).

En lo que respecta a vídeos, este tipo de consumo se realiza en Aragón por parte del 32,4% de la población, siendo una cifra bastante superior a la media española (25,1%). De hecho, por encima de nuestra comunidad autónoma tan solo se encuentra en cuanto a consumo por streaming de videos Ceuta y Melilla (41,5%) y Cantabria (35,1%), mientras que en Madrid se obtiene el mismo resultado (32,4%).

Entre los aragoneses se trata de la segunda forma más popular de ver vídeos, solo superada por los soportes físicos (CD, DVD, Blu-Ray), con 75%. Sin embargo son

menos personas las que lo hacen a través de soportes digitales (ficheros), 23,1%; o alquiler a través de canales digitales (2,2%).

El streaming es más popular también entre los más jóvenes, especialmente en el grupo de 15 a 19 años (47,3%, frente a 58,9% de soportes físicos y 38,3% de soportes digitales); así como de 20 a 24 años (46,7%, frente a 59,4% de soportes físicos y 41,0% de soportes digitales).

En los siguientes grupos de edad esta práctica descende en popularidad y, a diferencia de lo que ocurre entre los más jóvenes, se acrecientan las diferencias con respecto a los soportes físicos, al mismo tiempo que se ve superada por los soportes digitales. De este modo, en el grupo correspondiente entre los 25 y los 34 años, el 33,4% de las personas manifiesta ver vídeos por medio del streaming, mientras que 68,7% lo hace a través de soportes físicos y el 34,9% por soportes digitales.

En el caso aragonés se aprecia, por lo tanto, una clara desaceleración en el nivel de descarga de los productos audiovisuales, acompañada de un acusado descenso en la adquisición de bienes culturales (por cualquiera de las modalidades posibles). Estos datos contrastan con la cada vez más popular tendencia de consumir productos audiovisuales en directo (streaming), una tendencia especialmente acusada entre los más jóvenes, siendo precisamente Aragón una de las comunidades donde se sigue por mayor parte de la población. Nos encontramos ante un rasgo que muy probablemente pueda estar marcando una tendencia en los hábitos culturales, tanto presentes como futuros.

En cuanto a la proporción de equipamientos culturales con respecto al total estatal, si se tiene en cuenta que la población aragonesa a 1 de enero de 2014 era de 1.325.385 habitantes (Padrón Municipal de Habitantes) y que en el caso español a 1 de julio de 2014 era de 46.464.053 habitantes (Instituto Nacional de Estadística), estos datos

tienen como consecuencia que la población aragonesa en 2014 suponía el 2,85% del total estatal.

Teniendo en cuenta este porcentaje, Aragón se situaba en 2013 por encima de de la media estatal, al menos lo que correspondería por población, en equipamientos como archivos (8,1% de todos los de España); bibliotecas (5,1%); bienes de interés cultural (inmuebles) (4,8%); locales de cine (4,6%); museos y colecciones museográficas (4%).

Por otra parte, la comunidad autónoma se encontraría infradotada, teniendo en cuenta su peso poblacional en las siguientes infraestructuras: empresas con actividades de bibliotecas, archivos o museos (2,7%); salas de exhibición (2,7%); espacios escénicos teatrales estables (2,1%); empresas de edición de libros, periódicos y otras editoriales (1,7%); salas de conciertos (1,7%); agencias de noticias (1,7%); y empresas de cinematografía, vídeo, radio, TV y edición musical (1,4%) (Instituto Aragonés de Estadística. Datos Básicos de Aragón, 2013).

En cuanto a la producción cultural, esta en 2013 se encontró por encima del peso poblacional de Aragón en películas exhibidas (largometrajes) (24,7%); conciertos de música popular (7,3%); representaciones de danza (7,3%); y representaciones de obras teatrales (6,1%).

Por debajo de lo que le correspondería por población se situó en actividades como festivales de cine (2,3%); festivales teatrales (2%); conciertos de música clásica (1,6%); representaciones de género lírico (1,6%); libros editados en soporte papel (1,1%); libros editados en otros soportes (0,7%); y obras musicales editadas (0,3%) (Instituto Aragonés de Estadística. Datos Básicos de Aragón, 2013).

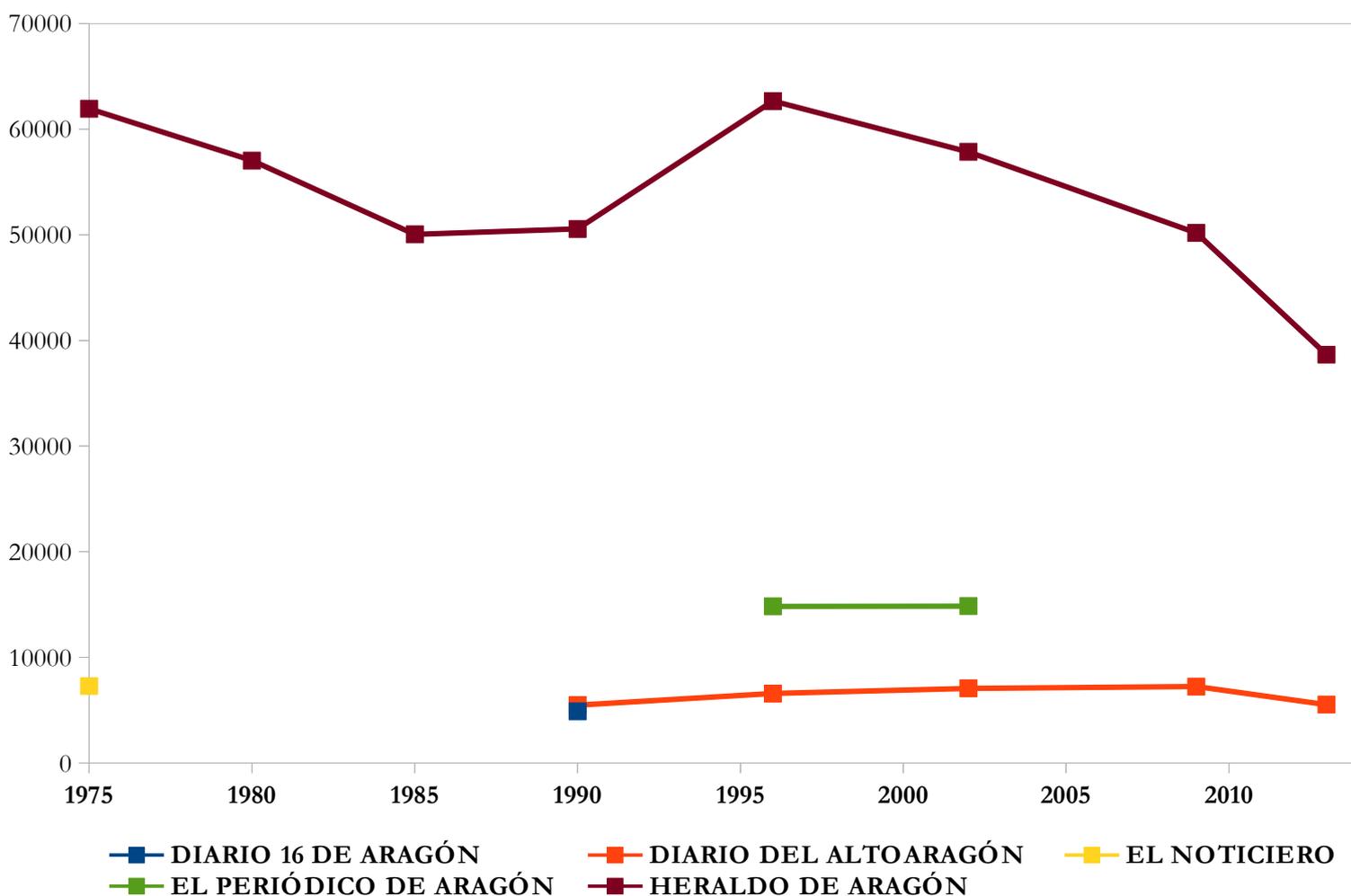
De estos datos se desprende que el equipamiento o incluso la producción cultural se

manifiestan por encima de lo que le correspondería a Aragón por peso poblacional en aquellos sectores en los que es posible una intervención pública (como pueden ser los archivos, bibliotecas o incluso museos). Sin embargo, en lo que respecta a la presencia de la iniciativa privada (empresas de edición, agencias de noticias, etc.) se sitúa en general por debajo.

En cuanto a los medios de comunicación, la penetración de los mismos se sitúa en Aragón en porcentajes muy similares a los de España. Entre la población de 14 años o más que consume este tipo de productos, en Aragón cuentan con una mayor penetración la radio (61% en Aragón, 60% en España); revistas (47,4% en Aragón, 41% en España); diarios (30,9% en Aragón, 29,8% en España); y suplementos (19,9% en Aragón, 12,7% en España). Mientras que en caso contrario se sitúan la televisión (88,2% en Aragón, 88,6% en España); Internet (58,8% en Aragón, 60,7% en España); cine (2,9% en Aragón, 3,8% en España) y comunicación exterior (40,9% en Aragón, 58,8% en España) (Instituto Aragónes de Estadística. Datos Básicos de Aragón, 2013).

La presencia de los periódicos diarios, en un momento de grave crisis del sector (Díaz Nosty, 2013) se ha reducido ostensiblemente en los últimos años, un hecho que se ha plasmado por un lado en la desaparición de cabeceras y por otro la alarmante reducción de la difusión de las que todavía continúan existiendo.

Gráfico 16. Evolución de la difusión de los diarios aragoneses (1975-2013)



Fuente: Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)

Teniendo en cuenta que algunas cabeceras no se sometieron al control que ofrece OJD (es el caso de *Diario de Teruel*, todavía en funcionamiento; pero también de algunos ya desaparecidos, como es el caso del *Diario Equipo*, desaparecido en 2009, *El Día de Aragón -1992-*, *Diario 16 de Aragón*, -1996- u otros), lo cierto es que, los datos que ofrecen los diarios aragoneses manifiestan un claro declive del sector. Incluso a pesar de que la penetración de este medio de comunicación se sitúa por encima de la media estatal.

### 4.3. Conclusiones

Como conclusiones a la presentación de los datos de tipo cuantitativo merece la pena destacar el hecho de que Aragón se encuentra a un nivel muy similar, incluso en algunas cuestiones por encima, de la media estatal en cuanto a equipamiento tecnológico. Se trata, por lo tanto, de una muestra más del cambio de posición de Aragón con respecto a otras revoluciones vividas en el pasado. Ya no se trata de una región periférica, al margen de los cambios sociales producidos en el centro. Al menos tecnológicamente no existe una diferencia reseñable ni con el resto del Estado ni con el entorno de la Unión Europea.

Entre los equipamientos tecnológicos y de conectividad alcanza cada vez un mayor protagonismo el teléfono móvil, principalmente el *smartphone*, como herramienta clave de comunicación, pero también de relación, conectividad e incluso de acceso a productos y materiales culturales.

La población aragonesa realiza un gasto en cultura por habitante por encima de la media estatal, siendo los sectores más jóvenes quienes mayor cantidad de dinero destinan a los productos culturales, especialmente los de las ciudades de más de 50.000 habitantes (Zaragoza y Huesca).

Son precisamente los jóvenes el sector de la población más activo culturalmente, que dedica a algunas actividades, como la asistencia a conciertos o al cine, así como la compra de productos como libros, música o vídeos.

En los últimos años en Aragón se han producido algunas variaciones importantes en cuanto a los hábitos culturales (por ejemplo, en la adquisición de productos, como libros, vídeos o música). El auge de las descargas gratuitas por Internet también ha

sufrido una modificación. La crisis económica (todavía incipiente en 2010/11, último año del que se disponen datos) y la aparición de nuevos modelos de consumo cultural (como el *streaming*) son algunas de las novedades que podrían ayudar a explicar estas modificaciones de comportamientos.

En todo caso, si algo parece extraerse de estos datos es la omnipresencia de la tecnología a la hora de entender las nuevas formas de consumo cultural entre los jóvenes aragoneses.

# SEGUNDA PARTE



# CAPÍTULO 5

## METODOLOGÍA

### 5.1 Presentación

En el presente capítulo se presenta la metodología que se va a llevar a cabo a lo largo de la investigación para tratar de responder a las preguntas de investigación planteadas en la Introducción.

Pregunta principal:

**¿En qué modo las nuevas tecnologías de la información influyen en los hábitos de consumo cultural de los jóvenes aragoneses?**

Preguntas secundarias:

- **Identificar el alcance y la penetración tecnológica en las vidas de los jóvenes aragoneses.**
- **Conocer los hábitos culturales de los jóvenes aragoneses del ámbito rural y urbano.**
- **Explorar el modo en el que los jóvenes, nativos digitales, se convierten en *trendsetters*.**

A pesar de que la metodología empleada se centra básicamente en la técnica

cuantitativa, se parte asimismo de una perspectiva cuantitativa, a la hora de conocer el grado de penetración de las tecnologías de la información en los jóvenes aragoneses. No en vano, la técnica cuantitativa, medida en cantidades, se aplica a fenómenos que pueden ser medidos en términos de cantidad (Kothari, 2004: 3).

Para conocer el grado de penetración tecnológica de los jóvenes aragoneses se parte de los estudios realizados a cargo de diversas instituciones de reconocido prestigio especializadas en el análisis de la sociedad de la información, así como de encuestas sobre hábitos de consumo cultural:

- Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España, a través de su Informa Anual *La Sociedad en Red*
- Fundación Telefónica, informe *La Sociedad de la Información en España 2014*
- Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de marzo de 2015, en el que se incluyen diversas preguntas sobre seguridad de la información, ciencia y tecnología, equipamiento tecnológico, uso de tecnologías de la información o la relación con hijos/as con la tecnología
- Bases de datos del Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información (OASI), dependiente del Departamento de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón
- Informe del Anuario de Estadísticas Culturales de 2014, del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España
- Encuesta de Hábitos y prácticas culturales en España (2014/15). Ministerio de Cultura del Gobierno de España
- Datos de la evolución de la difusión de la prensa diaria en Aragón de 1975 a 2013, de la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD)
- Datos Básicos de Aragón. Cultura, Ocio y Deporte. Mayo de 2015. Instituto Aragonés de Estadística
- Datos Básicos de Aragón. Tecnologías de la Información y la Comunicación

(TIC). Año 2013-2014. Instituto Aragonés de Estadística

Tal y como señala Bergua (2011: 32), no obstante, la perspectiva cuantitativa puede no resultar apropiada para las ciencias sociales, puesto que las propiedades son descifradas, por lo cual se pueden *“comprender mejor partiendo del sentido común que desde un sistema axiomático”*.

Por tal motivo se opta por desarrollar la mayor parte del trabajo empírico desde una perspectiva cualitativa. Dado que se pretende interpretar la modificación de hábitos culturales de los jóvenes, entendiendo que estos, como cualquier hecho humano, no se rigen por movimientos mecánicos, sino por las significaciones que (en este caso los jóvenes aragoneses) asignan a sus acciones (Guber, 2004: 48).

La elección, por lo tanto, de la metodología cualitativa viene dada por el hecho de que esta produce datos descriptivos (Taylor y Bogdan, 1994: 20), que nos ayudan a alcanzar e interpretar los objetivos de esta investigación. Esta metodología se considera apropiada para conocer el alcance de los cambios experimentados por la sociedad (Bergua, 2011: 160), como es el caso que nos ocupa.

Dentro de la metodología cualitativa, la técnica que se ha considerado más apropiada para poder interpretar estos cambios producidos en nuestra sociedad, por parte de los jóvenes de entre 20 y 30 años, es la realización de historias de vida. La historia de vida es considerada un tipo de entrevista en profundidad por medio de la cual *“el investigador trata de aprehender las experiencias destacadas de la vida de una persona y las definiciones que esa persona aplica a tales experiencias”* (Taylor y Bogdan, 1994: 102). Se trata por lo tanto, de conocer a través de esta técnica la forma en la que los jóvenes aragoneses se han relacionado con la tecnología y como han ido construyendo su personalidad en torno a ella, así como la forma en la que consumen la cultura y en qué medida la tecnología la ha podido modificar.

Autores como Bergua (2011: 160) añaden que por medio de esta técnica se persigue investigar ciertos procesos sociales y la forma en que se ha transformado la sociedad. Por ello, cuando estamos analizando una transformación social tan profunda en un periodo tan corto de tiempo, como se ha señalado en los capítulos anteriores, la elección de esta técnica cualitativa parece perfectamente justificada.

En las historias de vida la voz del informante adquiere un papel fundamental, como punto de contraste de argumentos y formas de decir (Goodson, 2004: 23). Se trata, por lo tanto, de conocer los argumentos sobre cómo los jóvenes han interiorizado la tecnología y la han adaptado a sus vidas, siguiendo el planteamiento de la investigación de acuerdo a las preguntas de investigación. Las historias o relatos de vida, desde la etnosociolingüística nos faculta para ir de lo particular a lo general, gracias al cotejo y comprobación de los casos particulares, como indica Bertaux (2005: 26).

Como se señala en Pac y Ventura (2015) *“esta técnica metodológica ha sido utilizado por varios autores que han analizado la realidad de los jóvenes, entre ellos se destaca a Valles (1989), en su estudio sobre los jóvenes madrileños; Cardenal de la Nuez (2006), sobre los jóvenes canarios o, más recientemente, Kovács (2014) en la ciudad de Lisboa; di Leo et ali (2013) en Buenos Aires o Pulido et ali (2013) en Bogotá. Este tipo de técnica ha conseguido un importante desarrollo en los últimos años, un hecho que se incardina en la revalorización del actor social (individual o colectivo) no reducible a la condición de dato o variable (Pujadas, 2000: 127)”*.

La selección de informantes se realiza teniendo en cuenta el criterio de que estos forman parte del interior del sistema social (Guber, 2004: 133), atendiendo dos importantes variables, que Valles (2002: 66) considera criterios maestros de muestreo: heterogeneidad y economía. Esto es, se trata de jóvenes aragoneses o que viven en

Aragón, de entre 20 y 30 años. Su selección no responde a la representación estadística, sino a la que Valles (1989: 68) denomina tipológica, socioestructural, correspondiente a los objetivos del estudio.

## **5.2. Diseño del estudio cualitativo. Ocho historias de vida**

El punto de partida, por lo tanto, de la presente investigación es conocer e interpretar el modo en el que las nuevas tecnologías han modificado los hábitos de consumo cultural de los jóvenes aragoneses. Una vez expuestos los datos cuantitativos que abordan desde diversos prismas el cambio producido en los últimos años, el siguiente paso es, a través de una técnica cualitativa, como es la historia de vida, conocer el alcance de los cambios experimentados por la sociedad (Bergua, 2011: 160) en los últimos años. Para ello las entrevistas no se planteaban como una simple recopilación, sino que se proporcionaba “información elaborada” (Velasco, 2003: 35), lo que posibilita la interacción entre entrevistador y entrevistado. Siguiendo las indicaciones de Atkinson (1998: 32) la entrevista no se contempla como una conversación, ya que, si bien se plantea del mismo modo, en este caso la otra persona es la protagonista y el entrevistador/investigador quien escucha.

Como objeto de estudio se ha planteado jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años. El principal razonamiento de acotar de este modo la población objeto de estudio reside en que se trata de jóvenes nacidos en torno a la eclosión de las tecnologías digitales. Lo que dio lugar al nacimiento del término *Digital Natives*, apuntado por Prensky (2001) y con el que se cataloga a aquellos jóvenes nacidos en las últimas décadas del siglo XX.

Jóvenes de entre 20 y 30 años en el momento de realizar las entrevistas de la investigación y que, por lo tanto, nacieron en torno a 1992, año en el que se creó la *World Wide Web* y a partir del cual comenzó a popularizarse Internet. A pesar de ello,

la mayoría fue testigo en primera persona de los cambios tecnológicos que se han ido produciendo en los últimos años, con la popularización de los ordenadores personales, Internet, teléfonos móviles y otro tipo de dispositivos (ordenadores portátiles, tabletas, etc.).

El periodo del trabajo de campo de la investigación se desarrolló entre marzo de 2014 y enero de 2015. A lo largo de los meses se realizaron las entrevistas a cada uno de los protagonistas de la investigación, que tuvieron lugar en varias sesiones en las que se abordaron diversos aspectos de su vida, hasta completar un recorrido autobiográfico en el que se abordaba su relación con la tecnología y la cultura.

La selección muestral se realizó de forma aleatoria, partiendo del principio de que entrevistados y entrevistador no se conocieran (Bergua, 2011: 138), un precepto que tan solo se incumplió en uno de los casos (i4), puesto que se trató de un alumno al que le impartí clases de “Reportalismo Radiofónico” en el Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza en el segundo cuatrimestre de 2014. Mi relación con él había sido, por lo tanto, totalmente casual e inexistente antes de comenzar las clases, en marzo de ese año.

El resto de contactos se realizaron a través de terceras personas, siguiendo los siguientes patrones:

- Idéntica representación del sexo masculino (i1, i4, i5 e i8) y femenino (i2, i3, i6 e i7)
- Relación equilibrada entre los jóvenes con estudios universitarios (ya sea finalizados o no) y los que no disponen de ellos. Con estudios universitarios: i3, i4, i6 e i7. Sin estudios universitarios: i1, i2, i5 e i8
- Representación territorial de diferentes puntos de Aragón:  
Provincia de Zaragoza: i2, i3, i5, i7

Provincia de Huesca: i1, i6

Provincia de Teruel: i4, i8

Siguiendo las pautas de Valles (2002), antes mencionadas, por medio de la selección muestral se pretendía lograr una representación estructural de los jóvenes aragoneses, si bien se han introducido algunas modificaciones motivadas por el propio sentido de la investigación. Haciendo especial hincapié en la presencia de jóvenes del ámbito rural. La razón de esta elección reside en que precisamente es uno de los puntos de esta investigación abordar si existe o no diferencia a la hora de acceder a la cultura o la tecnología de los jóvenes de los dos ámbitos. A través de esta sobrerrepresentación del ámbito rural se intenta interpretar la redefinición del concepto de distancia (capítulo primero), así como la modificación del carácter periférico tanto de Aragón en general como de algunas zonas concretas (especialmente las zonas rurales) en particular (capítulo tercero). Como consecuencia de esta elección, se seleccionó un mismo número de jóvenes residentes en el ámbito urbano (i4, i5, i6, i7) que en el ámbito rural (i1, i2, i3, i8).

Dentro del ámbito urbano también se optó por una sobrerrepresentación de las ciudades de Huesca y Teruel, con objeto de investigar si el comportamiento ante la tecnología o el consumo cultural se interpreta de forma diferente entre los jóvenes de estas localidades con respecto a los de Zaragoza. Por tal motivo, se escogió a dos jóvenes que residen en Zaragoza (i5 e i7), uno en Teruel (i4) y otra en Huesca (i6).

Otra variante importante fue la relacionada con la brecha digital de tipo económico, una idea que insiste en la redefinición de la distancia, en el acercamiento entre centro y periferia, también en este aspecto. Por esta razón se buscó una muestra lo más variada posible de jóvenes tanto por su extracción social como por su ocupación. Entre los ocho jóvenes investigados se encuentran estudiantes (i4, i6, i7), trabajadores en activo (a la hora de realizar las diferentes sesiones de cada una de las historias de vida) (i1,

i3, i8) y en desempleo o que trabajan en la economía informal (i2, i5).

Un aspecto a tener en cuenta, asimismo, desarrollado a lo largo del capítulo tercero, ha sido la importante presencia de personas de origen extranjero entre la población juvenil aragonesa. Por este motivo se tomó la decisión de que uno de los jóvenes investigados perteneciese a este colectivo. Además de representar a este sector de la población también se pretende cubrir otra vertiente de la investigación, como es, una vez más, la redefinición de la distancia y la desaparición de la brecha digital. El joven seleccionado (i5), originario del Magreb, llegó a Zaragoza de forma irregular en 2008 y desde entonces ha residido ininterrumpidamente en Aragón, alternando situaciones de regularidad e irregularidad legislativa.

De este modo, los ocho jóvenes entrevistados cumplirían las siguientes características:

i1: Joven varón, nacido en el 10 de febrero de 1987. Natural de un pueblo del Sobrarbe (provincia de Huesca). Sin hermanos. Fue el único niño de su generación en su pueblo, donde residía, en la casa familiar, en el momento en el que se realizaron las entrevistas. Completó estudios de Formación Profesional agraria. En el momento en el que se realizaron las entrevistas trabajaba en la explotación agrícola y ganadera familiar. Entrevistas desarrolladas entre el 8 de marzo y el 13 de abril de 2014.

Orígenes: Tanto la familia paterna como la familia materna proceden de la comarca del Sobrarbe. Los abuelos paternos se dedicaban al sector primario, mientras que los maternos se instalaron en Boltaña, donde regentaron una serrería y una panadería.

Su padre, sin estudios, se encarga de la explotación agraria y ganadera de la familia. El hermano de su padre, Veterinario, también vive en el pueblo. Tiene otras dos hermanas, una trabaja de profesora en el Valle de Benasque y la otra es peluquera en Huesca.

Su madre estudió Económicas en la Universidad de Zaragoza, trabaja en casa. Tiene un hermano que estudió en Zaragoza, donde vive en la actualidad.

i2: Chica, nacida el 21 de marzo de 1986. Natural de un pueblo del área metropolitana de Zaragoza, donde residía junto a su familia en el momento de la entrevista.

Hija única. Jugadora de fútbol sala. Con estudios medios. Desocupada, trabajando esporádicamente en la economía informal (hostelería). Entrevistas realizadas entre el 12 de marzo y el 2 de abril de 2014.

Orígenes: Su familia paterna procede mayoritariamente de la misma localidad donde vive o de localidades cercanas. Su madre es de un municipio cercano, en la misma comarca.

Tanto la familia de la madre como la del padre se dedicaban a la agricultura, su abuelo materno era, además, albañil.

Ninguno de sus padres tiene estudios superiores. Su padre es soldador. Tiene dos hermanos, un hermano y una hermana, ambos viven en la misma localidad.

Su madre trabaja en casa. Tenía un hermano en Zaragoza, que falleció.

Su familia es poseedora de tierras en su pueblo, que trabaja unos arrendatarios.

i3: Chica, nacida el 3 de marzo de 1987. Natural de un pueblo de colonización de las Cinco Villas (provincia de Zaragoza), donde reside junto a sus padres y su única hermana (menor que ella). Completó la carrera de Empresariales en Zaragoza. Trabaja como autónoma atendiendo una casa de turismo rural en su localidad. Entrevistas realizadas entre el 24 de abril y el 26 de mayo de 2014.

Orígenes: Los abuelos proceden de Ejea de los Caballeros, desde donde llegaron, como colonos, a las localidad donde vive su familia actualmente.

La familia de la madre procede de otra localidad de la misma comarca (Cinco Villas), donde todavía residen. Su abuelo se dedicaba principalmente a la agricultura y su abuela realizaba trabajos varios, al mismo tiempo que se dedicaba a las tareas del hogar.

Su padre, mayor de cuatro hermanos, realizó estudios agrarios y trabaja en la cooperativa de su localidad. Una tía suya (hermana de su padre) concluyó Graduado

Social para estudiar posteriormente Nutrición y Dietética y Enfermería (que concluyó recientemente). Otro tío realizó estudios de Químicas, sin llegarlos a concluir. En la actualidad trabaja de actor. El otro hermano de su padre trabajo en los servicios de limpieza de Zaragoza.

Su madre cursó estudios de Turismo, sin llegarlos a concluir. Trabaja como administrativa. Es la pequeña de dos hermanas. Su tía mayor vive en Zaragoza, donde trabaja en la limpieza de la residencia Pignatelli.

i4: Chico, nacido el 29 de mayo de 1993 en Teruel. Con vínculos familiares en Guadalaviar, un pueblo de la sierra de Albarracín (provincia de Teruel), donde ha pasado largas temporadas.

Mayor de cuatro hermanos (tiene tres hermanas menores que él). En el momento de realizar las entrevistas se encontraba estudiando Tercero de Periodismo en la Universidad de Zaragoza, labor que compaginaba con la de colaborador en una radio, a modo de prácticas. Entrevistas realizadas entre el 29 de mayo y el 9 de junio de 2014.

Orígenes: Sus abuelos paternos llegaron a Teruel procedentes de Vila-Real (Castellón), el padre de su abuelo, y Hellín (Albacete), su abuela. El abuelo se fue transportista y camionero durante toda su vida, mientras que su abuela trabajó en casa.

La familia materna es originaria de Guadalaviar. El abuelo, ya fallecido, se dedicó a la agricultura, mientras que la abuela trabajaba en casa.

Su padre, menor de cuatro hermanos, es aparejador y trabaja como personal laboral en el Ayuntamiento de Teruel.

En cuanto a su madre, es séptima de diez hermanos, de los que viven ocho. Tiene estudios primarios. Todos sus hermanos varones tienen carreras universitarias (un abogado, un químico y un sacerdote con estudios en Psicología, Sociología y Teología, que escribe libros de autoayuda). Trabaja de interina en el Ayuntamiento de Teruel.

i5: Chico, nacido el 18 de febrero de 1988 en una localidad del norte de Marruecos.

Llegó a Zaragoza de forma irregular en 2008. Desde entonces ha alternado etapas de trabajo (formal e informal) con etapas de paro, así como también ha alternado momentos de regularización administrativa con situaciones de irregularidad. Segundo de cinco hermanos. Sin estudios.

En el momento de realización de las entrevistas i5 vivía solo, en Zaragoza, y se encontraba en paro. Entrevistas realizadas entre el 12 de junio y el 7 de julio de 2014.

Orígenes: La familia procede mayoritariamente de Mohammedia, en el norte de Marruecos, cerca de Casablanca, donde todavía viven sus padres y hermanos en la actualidad.

Su abuelo paterno era del oeste de Marruecos, sin embargo, cuando su padre era pequeño lo abandonó y desde entonces no han sabido nada más de él. Su abuela paterna trabajó en España, en Sevilla, limpiando casas.

Su padre, sin estudios, trabaja en una empresa Química. En cuanto a sus tíos paternos, un tío y una tía, también carecen de estudios. El tío trabajó en una carnicería y en una empresa maderera. En la actualidad se encuentra jubilado. Su tía no ha trabajado.

Su abuelo materno trabajaba en la empresa telefónica de Marruecos. Hoy en día sus abuelos maternos residen en Casablanca. Tuvieron doce hijos, de los que se murieron dos. La abuela materna trabajó toda la vida en casa.

Su madre, segunda de doce hermanos, carece de estudios y es analfabeta. Trabaja en casa.

i6: Chica, nacida el 3 de marzo de 1994. Natural de Huesca. Hija mayor de cuatro hermanos (dos de ellos adoptados). En el momento en el que se realizaron las entrevistas estudiaba Derecho en una universidad privada de Barcelona. En su estancia en su ciudad natal, aprovechando el verano, se dedicaba a tareas de voluntariado. Entrevistas realizadas entre el 23 de julio y el 2 de septiembre de 2014.

Orígenes: Su padre, hijo único, es nieto de exiliados aragoneses en Francia (sus padres cruzaron la frontera siendo niños y se conocerían posteriormente en Francia). Ingeniero de Caminos, desarrolla esa actividad en Huesca.

Su madre es catalana, de una población cercana a Lleida, procedente de una familia dedicada a la agricultura. Su madre comenzó la carrera de Económicas y no llegó a concluirla. Abrió en Huesca una empresa de tintorería franquiciada de la que es gerente. Tiene dos hermanos, ambos con estudios universitarios. La tía de i6 vive en Inglaterra y el tío en Barcelona, donde continúa formándose tras haber concluido estudios relacionados con la Agronomía.

i7. Chica, nacida el 23 de septiembre de 1993. Natural de Zaragoza. Hija mayor de dos hermanos. En el momento en el que se realizaron las entrevistas se encontraba estudiando Humanidades por la UNED, actividad que compaginaba con trabajos esporádicos y con su labor de voluntariado en Scouts. Entrevistas realizadas entre el 3 y el 27 de de noviembre de 2014.

Orígenes: La familia de la madre procede de Cartagena y Murcia. Su abuelo fue ingeniero. De él recuerda que antes de morir, en 2008, estuvo diseñando una máquina por la que se llegó a interesar una empresa para comprarla. La familia de su madre son cuatro hermanos. La mayor estudió Económicas (concluyendo la carrera de adulta) y estuvo trabajando en un bufete de abogados. En la actualidad se encuentra en paro. El segundo es delineante y trabaja en una empresa en un polígono industrial de Zaragoza. Su madre es Ingeniera Química y su tío menor tiene una panadería. Su madre estuvo trabajando hasta que se dedicó al cuidado de sus hijos. Recuerda que su abuelo fue muy insistente con su madre y sus tíos para que estudiaran una carrera, preferentemente una Ingeniería.

En cuanto a la familia de su padre, su abuelo es natural de Torrijo de la Cañada (Zaragoza), mayor de cinco hermanos. Se dedicó toda su vida a trabajar en el campo. Se instaló en Zaragoza, donde conoció a su abuela, natural del zaragozano barrio de Santa Isabel.

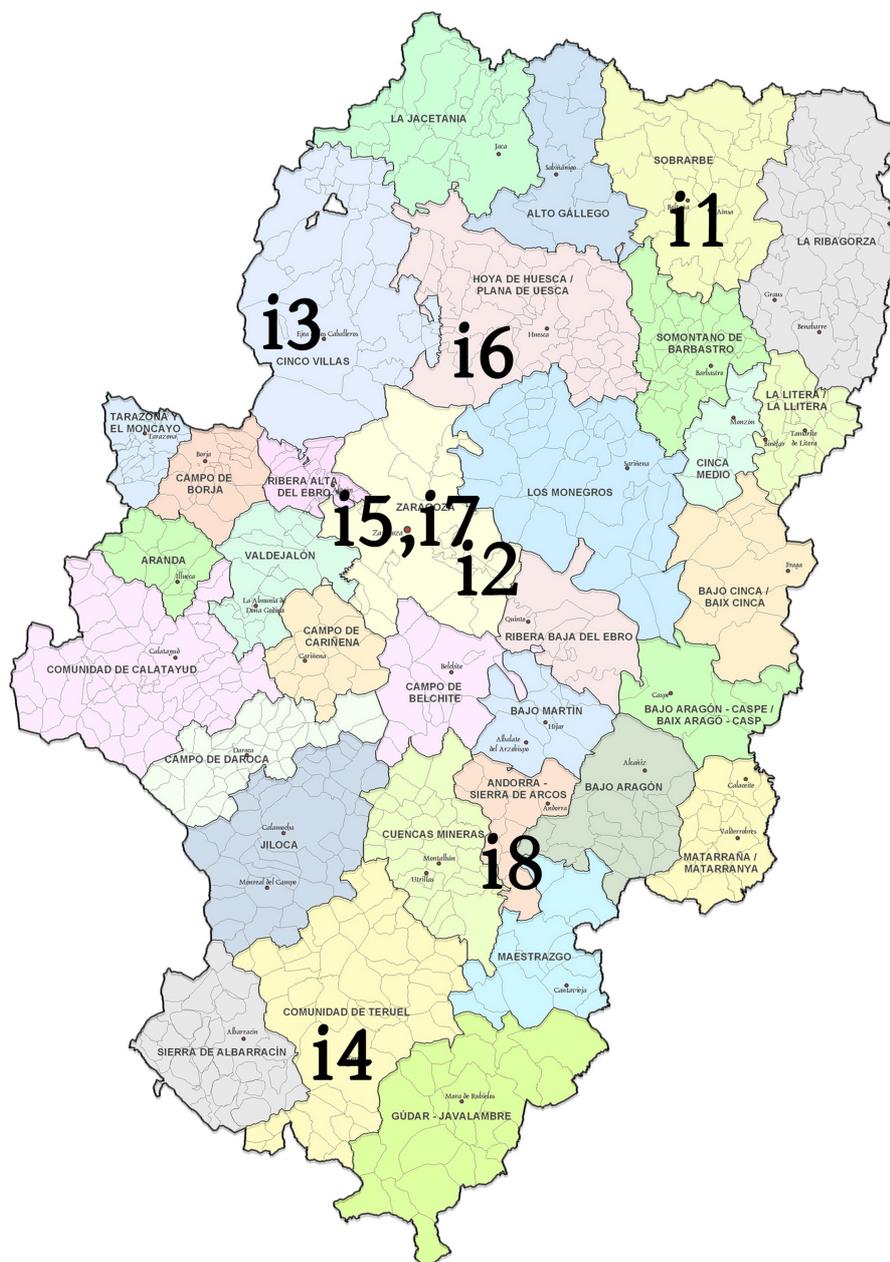
Su padre es hijo único, ingeniero industrial. En el momento de realización de las entrevistas se encontraba en paro de larga duración, tras haber trabajado como perito de seguros durante mucho tiempo.

i8. Chico, nacido el 5 de diciembre de 1986. Hijo mayor de tres hermanos (tiene dos hermanas). Natural de un pueblo de la comarca de Andorra-Sierra de Arcos (provincia de Teruel). En el momento en el que se realizaron las entrevistas trabajaba en un taller mecánico de Alcañiz (Teruel), labor que compaginaba con la colaboración en la explotación familiar agrícola y ganadera. Estudios secundarios en Formación Profesional. Entrevistas realizadas entre el 10 y el 29 de enero de 2015.

Orígenes: Su familia materna procede de una *masía* de cerca de Aliaga, dedicándose al sector primaria, actividad que todavía mantienen sus abuelos.

Tuvieron tres hijos de los que sobreviven dos, el más joven falleció en un accidente. El mayor se dedicaba a la ganadería, pero en la actualidad vive en Castellón. Su madre realizó estudios primarios en Alcorisa y en la actualidad se dedica a la explotación familiar agropecuaria.

En cuanto a su padre, procedente de su misma localidad, es el tercero de cinco hermanos. Tres de ellos viven fuera de su localidad de origen (uno en Barcelona y otras dos en Alcorisa), mientras que su padre y otro tío (el mayor) viven en su pueblo. Ni su padre ni sus hermanos tienen estudios universitarios. Su padre compagina el trabajo como encargado en un secadero de jamones con las actividades en la explotación agropecuaria familiar.



**Gráfico 17. Procedencia de los jóvenes entrevistados**

	Mayor interés		
	i1 i3	i4	i5
Más rural	i2	i5	i7
	i8		
	Menor interés		Más urbano

**Tabla 5. Ámbito urbano / rural e interés por la tecnología**

### 5.2.1 Las entrevistas

Las entrevistas, una vez seleccionados cada uno de los protagonistas, se realizaron en diferentes sesiones, en las que se abordaban diversos aspectos de la vida de cada uno de ellos. En la mayoría de los casos se eligió como espacio para desarrollar la entrevista o bien la casa o bien un lugar elegido específicamente por los entrevistados. En sus casas particulares se realizaron las entrevistas de i1, i3, i5, i6 e i8. En el caso de otro entrevistado, i4, se optó por la residencia donde este se encontraba viviendo durante el curso 2013/14. En un caso la entrevistada (i2) prefirió que las sesiones se

realizaran en mi propio domicilio (al vivir en la misma localidad que ella). En el caso de la protagonista i7 se realizaron tres entrevistas en un departamento de la Universidad de Zaragoza y una en el local donde ella realiza activismo social dentro de su grupo Scout. Por último, en el caso de i8 la primera de las sesiones tuvo lugar en el aula de cultura de su localidad, mientras que el resto se realizaron en el piso de un amigo suyo, en Alcañiz, municipio donde trabaja y hasta donde se desplaza cada día.

Cada historia de vida se estructuró a partir de cuatro sesiones de entrevistas, en las que se realizaba un recorrido cronológico-biográfico, partiendo desde los antepasados (Bergua, 2011: 163), puesto que las primeras cuestiones a tener en cuenta son la procedencia geográfica y el grado de instrucción de estos. En la primera sesión también se completaba la descripción de la familia de cada uno de los entrevistados, así como el papel que la tecnología y la cultura tuvo en el pasado en la biografía de cada uno de los personajes.

Las sesiones, de una hora y media aproximadamente de duración, se regían por el enfoque de entrevistas no estructuradas de tipo histórico, siguiendo la definición de Viedma (2009: 86) que las considera como *“una serie de prácticas cualitativas de entrevistas que comparten la perspectiva diacrónica como eje de la observación de los sujetos estudiados”*.

La estructura de cada una de las sesiones que se siguió para elaborar la historia de vida de cada uno de los protagonistas fue la siguiente:

**Tabla 6. Esquema de las entrevistas**

<b>Sesión</b>	<b>Contenido</b>
Primera	Antepasados (desde segunda generación anterior), familia, recorrido vital hasta la actualidad
Segunda	Amistades, aficiones
Tercera	Hábitos culturales (hábitos de lectura, escritura, asistencia a espectáculos culturales...)
Cuarta	Repaso cronológico. La tecnología a través de los años. Relación a través de la tecnología (ordenadores, teléfonos móviles, otros <i>gadgets</i> , etc.)

La presente investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo en el que se trata de interpretar antes que de establecer variables, entendidas estas como características o atributos que pueden estar presentes o no en los individuos o en los grupos sociales y que resulta necesario identificar para probar hipótesis (Rojas Soriano en Bernal, 2010: 139).

No obstante, en el planteamiento de las distintas sesiones en las que se estructuraron las entrevistas realizadas a cada uno de los protagonistas, se contemplaron algunas dimensiones que se tuvo en cuenta y que a su vez comprenderían algunas variables:

**Tabla 7. Dimensiones a analizar**

<b>Dimensiones a analizar</b>
Familia: origen, extracción social y nivel de instrucción
Amistades: Grado de instrucción, forma de relacionarse, hábitos culturales
Grado de Formación/Instrucción
Tecnología: Penetración, conectividad y dependencia
Hábitos de consumo cultural

Partiendo de los datos cuantitativos ya expuestos, que dibujan aproximadamente el papel que desempeña la tecnología entre la juventud aragonesa, así como muestran sus tendencias culturales, el siguiente paso, por lo tanto, es zambullirse en el trabajo de campo. Con él se pretende, a través de los testimonios de los propios jóvenes, entender e interpretar la forma en la que ellos están interiorizando los cambios tecnológicos, culturales y sociales que se han producido en los últimos años, como consecuencia de la popularización de las tecnologías de la información, principalmente aquellas relacionadas con Internet y la conexión móvil. A ese trabajo nos ocupamos a partir de la siguiente parte de la investigación.

# **CAPÍTULO 6**

## **LA TECNOLOGÍA COMO LA EXTENSIÓN DE LOS Y LAS JÓVENES ARAGONESES**

En el presente capítulo se aborda el modo en el que ha ido evolucionando la presencia tecnológica en las vidas de los ocho jóvenes investigados. Para ello se analizará tanto los distintos dispositivos tecnológicos como algunas de sus aplicaciones (programas, herramientas, etc.), especialmente aquellas que desempeñan un papel en las relaciones sociales y que han sido destacadas en las diferentes sesiones mantenidas en las entrevistas realizadas a los jóvenes.

El esquema planteado, a través del que se han ido estructurando las entrevistas, parte desde un punto de vista cronológico, desde los primeros equipamientos tecnológicos con los que los jóvenes tuvieron relación para, posteriormente, analizar la forma en la que se han ido incorporando a sus vidas los nuevos elementos tecnológicos.

El análisis se centra especialmente en aquellas tecnologías o aplicaciones de mayor importancia para los jóvenes, según sus propios relatos: Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) o aplicaciones ligadas a ellas.

El estudio plantea, por lo tanto, conocer la forma en la que los jóvenes se han ido

relacionando con estas herramientas (tanto de equipamiento tecnológico, *hardware*, como aplicaciones, *software*). Este conocimiento ayudará a conocer el modo en el que las tecnologías de la información se incorporan a sus vidas y el papel que juegan en ellas.

El presente capítulo se estructura, por lo tanto, realizando el siguiente recorrido cronológico a través de las experiencias de los jóvenes con las tecnologías de la información. Como se podrá observar en los relatos de los jóvenes, la aparición de nuevas aplicaciones suponía en muchas ocasiones el abandono de las anteriores (como ocurrió entre los chats y el Messenger o, posteriormente, con las redes sociales), por lo que prácticamente en todos los casos se repite un mismo *itinerario*, razón por la que se ha optado por el siguiente esquema.

### **6.1. Primer equipamiento tecnológico.**

Elementos tecnológicos que recuerdan de su infancia, previos a la aparición de las tecnologías de la información.

### **6.2. El ordenador y las primeras comunicaciones: los chats.**

La llegada de los ordenadores y de Internet a sus vidas. La forma en la que los utilizaron para relacionarse con otros jóvenes, a través de las salas de chats.

### **6.3. Messenger.**

Los programas de mensajería directa instalados en los ordenadores que, a diferencia de los anteriores (chats), permitía estar conversando únicamente con aquellas personas que se aceptaran como contactos.

### **6.4. Las primeras redes sociales: Tuenti y Facebook.**

La aparición de las redes sociales y la transición entre una dirigida exclusivamente a jóvenes (Tuenti) hacia otra pensada para un público más adulto (Facebook). El abandono paulatino, relacionado con la asunción de estas redes sociales, de las prácticas anteriores (Messenger).

### **6.5. Otras redes sociales.**

Presencia o utilización de otras redes sociales (Twitter, LinkedIn, Instagram...).

### **6.6. Ordenadores portátiles.**

La aparición del ordenador portátil y la forma en la que este modifica los hábitos tecnológicos o culturales de los jóvenes.

### **6.7. Las otras extensiones**

Otros dispositivos tecnológicos relacionados con el carácter relacional de la tecnología y con el consumo cultural.

## 6.1. Primer equipamiento tecnológico

En el primer capítulo se hacía referencia a las teorías que a lo largo de la historia han definido la tecnología como extensión del cuerpo humano. Las tecnologías de la información provocarían que en la actualidad nos encontráramos ante la extensión del sistema nervioso (McLuhan, 1996: 25-26). Como consecuencia de esta extensión y debido a las interacciones que ha generado posteriormente el desarrollo de Internet, la red se ha convertido para algunos autores en una suerte de cerebro o inteligencia colectiva (Kerckhove, 1999: 82), (Levy, 2004).

Los jóvenes que actualmente cuentan con entre 20 y 30 años han experimentado en primera persona la gran evolución tecnológica que comenzó a fraguarse a mediados de los años noventa, con el comienzo de la popularización de la tecnología digital y, especialmente, de Internet. Aparte del concepto de *Digital Natives*, que ya se ha comentado en anteriores capítulos, otros autores prefieren referirse a ellos como *Generación Net*, que integraría a individuos nacidos entre 1977 y 1999, que crecieron rodeados de videojuegos, ordenadores e Internet (Tapscott, 1998). En los primeros años del desarrollo de Internet, Feixa (2000) ya había acuñado el término *Generación @* para definir a una generación que comenzaba a experimentar nuevas modalidades de consumo cultural, a través de la tecnología.

Para il, (nombre ficticio, como ya se ha explicado en el capítulo 5) natural de un pueblo del Sobrarbe, en pleno Pirineo aragonés, el primer ordenador llegó a su casa con muy poca diferencia con respecto al agua potable corriente, de hecho, el teléfono fijo llegó incluso antes que el agua.

*Porque ya te digo, el agua potable, o sea el agua a distribución, el agua corriente, llegó con eso, yo tendría cuatro años o así. (...) Luego eso, pasa que en casa sí*

*que ordenador tuve pronto, más o menos, para los tiempos que eran. No sé con qué años. Pero es que el primero fue un Macintosh de estos cuadrados que tienen 30 años. Y ese no sé cuántos años tendría, unos siete... Seis o siete años, por ahí. Y luego el siguiente ordenador que hubo en casa, que fue un PC que era de mi tío que... Pues con esos años también, tendría 7 u 8... (i1)*

Todos los jóvenes entrevistados han visto como los elementos tecnológicos de sus hogares han ido evolucionando conforme pasaban los años. Prácticamente en todos los casos se han producido profundas transformaciones en sus domicilios.

*Bueno, yo ya te he dicho que en mi casa siempre he sido de poco... Poco tema de gameboys y todo esto. Entonces teníamos pues la tele, el tema de los vídeos, de los cassettes y luego el radiocasette. Eso cuando yo era pequeña. (i6)*

Al tratarse de jóvenes de entre 20 y 30 años, prácticamente en todos los casos se repite el mismo esquema en cuanto a la adquisición de elementos tecnológicos en su entorno. Sus primeros recuerdos se encuentran asociados a la televisión y otros elementos analógicos (video, generalmente VHS) y equipo de música, en ocasiones *walkman* u otros dispositivos, también analógicos.

Conforme avanzaron los años noventa se fueron incorporando otros elementos, comenzando por el ordenador, Internet y, finalmente, el teléfono móvil. En cuanto a los dispositivos analógicos, ya entonces se observa como para la mayor parte de los jóvenes entrevistados, antes incluso de aparecer el término de *Digital Natives*, se encontraban plenamente familiarizados con su manejo. De hecho, es habitual que fuesen utilizados para programar, por ejemplo, el vídeo, una labor ante la que muchos de sus padres ejercían cierta resistencia:

*En ocasiones sí (enseñaba a sus padres a programar el video) lo que pasa que muchas veces me decían “Enséñanos” o a grabar, por ejemplo, que te ponías,*

*cuando ya salieron los videos estos con programación y todo. Pues siempre te decían, “Oye, enséñanos”. A lo que te ponías a enseñarles, a lo que dabas unos pasos básicos te volvían a preguntar lo del principio, un poco que acabábamos desquiciados. Entonces ya pasaba yo a prácticamente hacerlo.(i3)*

La relación con la tecnología, por lo tanto, parece temprana, anterior incluso a la llegada de los elementos propios de las tecnologías de la información (ordenador, Internet, teléfono móvil). Del mismo modo, esta función *educadora* de los hijos con respecto a los padres en cuanto a la tecnología, que por las propias vivencias de los jóvenes investigados, parece anterior a lo digital. Mead (1977: 35) ya apuntó en los años sesenta del siglo pasado que este tipo de situaciones, en las que los padres aprenden de los hijos, serían propias de lo que denominó culturas prefigurativas.

Estas situaciones se producen del mismo modo independientemente del grado de instrucción de los padres. Así, el padre de i7 es Ingeniero Industrial, a pesar de lo cual:

*Mi madre no, que mi madre sí que tiene maña, pero a mi padre aún le ponemos nosotros el DVD. (i7)*

Este tipo de situaciones, como se comenta es común en todos los casos analizados. Los jóvenes saben adaptarse rápidamente a las novedades tecnológicas y utilizarlas para sus propias necesidades, algo que señala Prensky (2004). Se trata de un aspecto interesante en la investigación y en el que merecerá la pena detenerse para analizar si este mismo comportamiento se produce igualmente con otras tecnologías.

Volviendo a los dispositivos tecnológicos previos a la eclosión digital, además de la televisión (e incluso el vídeo, VHS), presente y familiar en muchos de los jóvenes investigados, hay que tener en cuenta también el papel desempeñado por el teléfono fijo. De hecho, a diferencia de lo que ocurre hoy en día, tal y como se ha podido desprender de los datos de índole cuantitativa que se exponen en el capítulo 4, sí que

existía una diferencia en la presencia de este elemento tecnológico entre el ámbito urbano y el rural.

Hasta prácticamente los años noventa no resultaba habitual la presencia de teléfono fijo en todos los domicilios del ámbito rural, de hecho, no resultaba extraño para los jóvenes entrevistados contar con un mismo aparato para todo el pueblo. En el caso del Sobrarbe:

*Teléfono fijo sí. Pues poco antes de nacer yo sería (el momento en el que llegó a su casa), incluso había nacido yo y aún estaba así (disponer de un teléfono para todo el pueblo). Porque ya te digo, el agua potable, o sea el agua a distribución, el agua corriente, llegó con eso, yo tendría cuatro años o así. (i1)*

Una situación similar vivió otro de los jóvenes, en plena comarca de Andorra-Sierra de Arcos. A pesar del tiempo transcurrido, tiene vivo el recuerdo de la llegada del teléfono fijo a su domicilio, incluso de la situación anterior, cuando se carecía de él.

*¡Ah! Pues entonces no, en casa no teníamos teléfono aún... Cuando yo era pequeño... Yo me acuerdo cuando pusimos el teléfono en casa (...). Pues sí, claro, de no haber teléfono a haber teléfono... Me acuerdo del gacho de telefónica por ahí poniendo el cable y el aparato que había en la pared (...). ¡Hostia pues no lo sé! Pues pon que tuviera cuatro o cinco, no sé. (i8)*

La llegada del teléfono fijo, por lo tanto, supuso una novedad comunicativa para su familia, que en cierto modo, suponía superar o redefinir la distancia, de la que se ha hablado anteriormente (capítulo 1) y que merecerá un análisis más detallado posteriormente.

*¡Hombre! Pues algo así, porque eso... Hablabas con la familia, te llamaban, porque si no eso, a lo mejor cuando llegabas a casa de mis abuelos... “Ha*

*llamado no sé quien” o “Ha llamado no sé cuántas” o si se te ocurría llamar  
pues de normal yo pienso que se llamaba a casa de mis abuelos. (i8)*

En algún caso el teléfono fijo parece haber tenido un rol de menor importancia, ya que su presencia en los hogares es incluso posterior a la de los teléfonos móviles, como es el caso de i2, natural de un pueblo del área metropolitana de Zaragoza.

*Teléfono no teníamos. Hasta hace no mucho no hemos tenido ¿eh? Luego tuvimos  
móvil y eso antes de tener teléfono fijo. O sea, para poner Internet. (i2)*

En este caso se asocia la posesión de un teléfono fijo al acceso a Internet, una vez que las necesidades comunicativas ya estaban resueltas por medio de los teléfonos móviles.

Otros dispositivos presentes en los primeros años de vida de la práctica totalidad de los protagonistas entrevistados, independientemente de su lugar de residencia son aquellos relacionados con la música, radio, etc. En esta ocasión sí que se puede encontrar una clara diferencia de partida entre la forma en la que podían consumir la cultura a través de la tecnología los jóvenes del ámbito rural con respecto a los del ámbito urbano, dado que, sobre todo en el caso de la FM, la oferta mediática resulta ser mucho menor.

Si en algo coinciden todos los jóvenes ha sido en que la tecnología ha ido evolucionando al mismo tiempo que ellos crecían. La tecnología también se convertía en un regalo o premio, especialmente en momentos trascendentes de sus vidas, como es el paso de la infancia a la adolescencia, habitualmente ligado al rito cristiano de la primera comunión. Precisamente este rito de paso, siguiendo la terminología acuñada por Van Gennep (2008) a principio de siglo XX, ha estado tradicionalmente vinculada al obsequio de un aparato tecnológico, ya en la época predigital: un reloj. Este regalo marcaba su paso al mundo adulto (Freixa, 2014: 108).

*Por el ordenador sí pero para mi comunión, con 9 años yo, me regalaron la PlayStation 2, que para mí eso fue la rehostia, y a partir de entonces ya eso estaba vinculado, eso era a partir del año 2003, porque me regalaron la PlayStation con el Gran Turismo 3, que es un juego de coches, cojonudo. (i4)*

*Sí, yo bueno... Yo regalos, regalos... Fueron más dinero. Y con el dinero que saqué de la comunión nos fuimos mis padres y yo a Disneylandia. Y me compré una minicadena, que aún la tengo ahí, en el cuarto.*

*¡Ah! Y me regalaron el Walkman este, el Discman este del CD. ¡No me acordaba, el discman! (i7)*

*Sí, cuando la comunión sí que me regalaron la minicadena, pero vamos que... La hicimos con mi hermana juntos y nos la compraron así, para los dos. (i8)*

Los juegos de ordenador, video-consolas, etc. también supusieron una puerta de los jóvenes *nativos digitales* al mundo de la tecnología, algo que todos ellos pudieron conocer y que, en cierto modo, les diferenciaba de generaciones anteriores que no tuvieron acceso a ellos.

*De hecho el primer contacto con el ordenador era a través de los juegos. Con el Macintosh por ejemplo yo creo... Sería más o menos a la par el de mi tío con los Macintosh que me llegaron estos viejos. Entonces los Macintosh por ejemplo llevaban estos juegos del año la pera, cuenta estos Macintosh que igual tienen 30 años. Pero estos juegos eran didácticos, en inglés, y sí que eso. Luego el compact este sí que tenía un juego mi tío que no sé cómo se consiguió, ni por qué, pero sí que me acuerdo de jugar mucho a ese juego. Pero porque era el único que tenía. Focus Pocus se llamaba era un mago que iba disparando. (i1)*

Los juegos, bien a través del ordenador, bien a través de otros elementos (como las videoconsolas) generan cierto grado de dependencia, *enganche*, reconocible por los

jóvenes. Aunque no lo hayan llegado a experimentar (o no lo reconozcan como tal) en primera persona, sí que son conscientes de que otros jóvenes han podido pasar por este tipo de situaciones.

*A ver, para mí era bastante tiempo (jugando a la Gameboy). Pero, comparándolo con los enganches que conozco de algunos amigos míos no era un enganche. Pues igual me podía pasar una hora y media jugando, sí. Que me parece una barbaridad, pero bueno, sí. Me pasaba una hora y media, igual alguna vez dos horas, sobre todo cuando nos íbamos de viaje, eso sí. Pero cinco horas, seis horas, como conozco a gente que hace pues no. (i6)*

En este punto merece la pena recordar la definición que de adicción establece Echeburúa (2013: 28), como cualquier afición patológica que genera dependencia y resta libertad. Ninguno de los jóvenes investigados reconocen haberse enfrentado a este tipo de situaciones, por mucho que en alguna ocasión de su vida, dedicaran más o menos tiempo a los juegos de ordenador o videojuegos.

*(...) cuando jugaba demasiado mis padres me cortaban, y tal me cansaba yo. Pero si en algún momento podía estar entre comillas “viciado” mis padres me cortaban y me decían que ya vale, “Vete a la calle” o lo que fuera... Pero tampoco... Como te decía el otro día, tampoco... Cambiábamos de casa los colegas o lo que fuera para ir a jugar, o veníamos a mi casa y jugábamos entre varios, y jugar solo pues jugaba a veces solo cuando me aburría, cuando había acabado los deberes o alguna semana que estaba más libre... Pero no era una cosa que por sistema jugara todos los días tres horas. Igual un día sí que jugaba tres horas, pero no todos los días. (i4)*

Porque si otra característica se puede destacar de este tipo de juegos es que habitualmente se convertían en *sociales*, sirviendo como nexo entre varios jóvenes para compartir sus momentos de ocio. En este punto es necesario recordar también la

importancia de que los elementos tecnológicos (televisión, vídeo, videojuego, ordenador...) se sitúen en las habitaciones de los jóvenes, lo que ha dado lugar a la denominada “cultura de la habitación” (Livingstone, 2007) de la que ya se ha hablado en el capítulo primero.

*Porque como el FIFA es de dos, o de tres, los que haces el torneo, hacíamos torneos incluso de siete u ocho personas y en caso del FIFA, porque yo generalmente jugaba o al FIFA o a juego de coches, juegos de coches también jugábamos con dos. El juego de coches quizá se prestara más a jugar uno solo, pero el FIFA puedes jugar tu solo, pero se daba mucho jugar contra alguien. (i4)*

Esta *cultura de la habitación* e incluso el aspecto social del acceso a la tecnología obtendrá un nuevo significado, como se verá más adelante, con la aparición de Internet, especialmente en los primeros momentos de existencia de la red. En cuanto al papel social de los juegos, es de destacar igualmente que en el caso de jóvenes que comparten espacios de ocio gestionados por ellos mismos (peñas, pisos o locales alquilados, etc.), se trata de un elemento presente en los mismos.

*De vez en cuando. Pues ahora actualmente tenemos la wii en el local donde tenemos todos y sí que si jugamos al de bailar o... Son juegos más sociales, que digo yo, más de relación de estar con tus amigos y pasar un buen rato. Nunca me ha gustado estar ahí delante sola. Nunca me ha gustado jugar a la videoconsola sola, no sé por qué. Lo veía como... como un juego así, no sé, entretenido, pero si estás con alguien. Que si que conozco gente de estar con la videoconsola horas y horas. Entonces, ahí... (i3)*

El caso de i3 no es único, puesto que en el resto de jóvenes entrevistados que disponían de este tipo de espacios, (i2 e i6) tienen o han tenido en algún momento consolas de videojuegos. En cuanto a otro de los protagonistas (i8), afirma que, si bien

en la peña<sup>2</sup> de la que forma parte se carece de este equipamiento tecnológico, ha sido frecuente que varios de sus amigos se reúnan en la casa de alguno de ellos para jugar a la videoconsola.

*Pero vamos, que algunos en casa de, en casa de Chema, por ejemplo, algunos días sí que se han juntado, cuando vivía allí sí que se juntaban allí y se pegaban hasta las mil cascándole al Pro<sup>3</sup> o a lo que jugaran. (i8)*

Una situación similar reconoce i7, en este caso en la ciudad de Zaragoza, en la vivienda de uno de sus amigos, independizado, donde juegan partidas esporádicamente:

*Con el grupo de Rubén y todos estos, pero porque quedamos por las noches y estamos hablando, pero... Con todos estamos jugando media hora, nunca más. (i7)*

El alcance de esta tecnología entre los jóvenes resulta evidente. Según datos de la *Asociación Española de Editores y Distribuidores de Software de Entretenimiento* (Labrador y Villadanagos, 2013: 51) estos representaban el 54% del ocio de los jóvenes y adolescentes españoles. Por delante de cine, música o películas de vídeo. Tal y como indican algunos autores (Ito, 2010: 196), el juego representa la forma central de las primeras experiencias con los ordenadores para los niños. Autores como Jenkins (2009: 245-246), que ha investigado el fenómeno de los juegos de ordenador desde las Ciencias Sociales, restan importancia al hecho de que estos puedan presentar contenido violentos (cuando no se trata de contenidos machistas o incluso racistas).

*“todos medios narrativos en la historia de la humanidad han incluido temas e historias violentos, pues dependemos de historias que nos ayuden a revisar*

---

2 Lugar de encuentro y reunión habitual de un grupo de afinidad, muy habitual en Aragón, especialmente en el ámbito rural

3 Pro Evolution Soccer

*nuestros valores contradictorios y nuestros sentimientos encontrados con respecto a la agresión. Dirigimos nuestra atención hacia el entretenimiento violento por la misma razón por la que los reformadores morales recurren a la retórica apocalíptica: porque nos confiere un sentido de orden en un mundo que, por lo demás, puede antojarse totalmente caótico. Fantaseamos sobre muchas cosas que jamás estaríamos dispuestos a hacer en la vida real y, mediante la fantasía, controlamos momentáneamente esos impulsos. Lo malo de muchos juegos no es su violencia sino su trivialización de la violencia”.*

En cuanto a la posible adicción u otras consecuencias negativas que se puedan desprender de su uso abusivo, se considera que su potencial adictivo es muy inferior al de otras sustancias (Rozin y Stoess en Estallo, 2013: 161). El propio Estallo (Ob. Cit, 151) apunta que las actitudes agresivas de los jóvenes pueden tener mucho más que ver con la poca tolerancia a la frustración que con la existencia de una sintomatología abstinerencial vinculada a los videojuegos.

La mayoría de los jóvenes entrevistados reconocen haber atravesado momentos de cierto *enganche* o *dependencia* a los videojuegos o algún dispositivo digital, si bien ninguno de ellos cree que haya supuesto ningún tipo de problema social.

Por otro lado, la importancia de los videojuegos a la hora de contribuir a la alfabetización mediática de los y las jóvenes parece clara. Paradójicamente, la presencia de los videojuegos introducen al jugador, de manera natural, en el mundo digital y de la informática (Sedeño, 2011: 63). A pesar de que en los primeros años de la revolución digital se criticaba abiertamente que los planes educativos no dedicaban en el mundo occidental la atención que merecían las nuevas tecnologías de la información (Castells, 2001: 286-287). Esta situación, sin embargo, parece diferente a los ojos de nuestros protagonistas, que en muchos casos se familiarizaron con ordenadores e informática también en la escuela.

*A ver, es que antes de tenerlo en casa teníamos en la escuela. En la escuela sí que es verdad que íbamos guardería, preescolar, o sea, infantil y luego ya, no, preescolar e infantil, perdón. Entonces cuando ya pasábamos a lo que era infantil, primaria y demás, había un ordenador o dos, me parece que había uno, uno para todas la escuela. Y en los ratos libres siempre nos dejaba jugar ahí el profesor. Claro, ya te vas empezando un poco, pues mira este juego, pues no sé qué, pues ya te va... (i3)*

*En el CRIET<sup>4</sup> y eso sí que había toquineo un poco, pero vamos, que tampoco no mucha cosa. (...). Yo creo que sí. Allí sí que había un aula de informática y eso. (i8)*

En ambos casos se trata de experiencias del ámbito rural, tradicionalmente más apartado de las novedades tecnológicas. Sin embargo, como nos indican por sus propias experiencias, su primer contacto con la informática llegó de la mano de la educación reglada, antes de que los ordenadores aparecieran en sus respectivos hogares.

En el caso del joven de origen migrante, su primer contacto con los ordenadores también se produjo en la escuela, en este caso en Marruecos. Si bien reconoce que sus progresos con la informática se debieron más a su relación con sus pares que a los conocimientos que pudo adquirir en las clases.

*Y la verdad que es que empecé a aprender a manejar el ordenador, no es que a través de lo que me enseñaron en el colegio, sino las tontadas que te enseña este, el otro, los trucos, de esto y tal. Y hoy te equivocas, y mañana no, y (te) vas apañando. (i5)*

Ya fuese a través de la educación reglada o a través de sus amistades, el ordenador

---

4 Centros Rurales de Innovación Educativa de Teruel (CRIET), que se desarrollan a través de la convivencia de escolares de centros educativos de varias poblaciones del ámbito rural

comenzó a formar parte de la vida de estos jóvenes desde su infancia. A partir de ese momento se irían produciendo diferentes migraciones en el apartado tecnológico y cambios de tendencia que vamos a ir conociendo.

## **6.2. El ordenador y las primeras comunicaciones: los chats**

La llegada/adquisición del ordenador sí parece un recuerdo muy presente en la memoria de la mayoría de los jóvenes. Se trata de un momento que en cierto modo les marca. Se asocia tanto a las necesidades de los propios padres como a la de los hijos y, en cierto modo, a una inversión en su formación.

A partir de su entrada en casa ya nada será igual en las relaciones sociales de los jóvenes, que poco a poco irán adquiriendo nuevas posibilidades a través de la tecnología. Acababa de llegar la primera herramienta digital.

*Pues a los diez años o por ahí, más o menos. 10 u 11 años. Me acuerdo que mi padre hizo un curso de informática o algo así, entonces eran unos ordenadores nuevos que se los dejaban a mejor precio... y lo compró (...). Estaba supercontenta. Aunque luego ya ves, estaba todo el día jugando al buscaminas. Bueno, todo el día, que tampoco... Al buscaminas este, que no había otro juego. Y luego lo utilizaba, un poco más mayor, para mirar cosas en Internet no, porque no tenía, pero tenía enciclopedias y eso en CD, la Encarta... para eso.*  
(i2)

*Yo me acuerdo hasta de ir a comprarlo a Zaragoza. Y me acuerdo de cuando me dijeron en mi casa “Que vamos a comprar el ordenador” y me acuerdo que abrí los ojos como... Y me acuerdo que fuimos a comprarlo a la FNAC de Zaragoza. (...) Igual del video no me acordaba tanto porque igual ya al tenerlo antes y no usarlo tanto, pero el ordenador desde el primer día, desde el primer día.* (i3)

Tras la llegada del ordenador al domicilio, que habitualmente ocupa un lugar central en la casa, al menos en los primeros momentos, el siguiente paso será Internet. Estas fases se repiten de un modo prácticamente idéntico a pesar de las evidentes diferencias que se pueden encontrar entre los jóvenes objetos de investigación: diferente ámbito (urbano vs rural), diferente extracción social, desigual grado de instrucción (tanto de ellos como de sus progenitores) y/o rendimiento académico. Como en otras variables, los relatos son muy similares. La utilización del ordenador previa a la llegada de Internet se circunscribe a unas funciones muy determinadas: bien el apoyo escolar, para la realización de trabajos, consulta de enciclopedias (como la ya nombrada *Encarta*) o el recreativo, de la mano de los juegos o incluso para ver películas.

*A ver, yo creo que al principio no teníamos Internet, no. Y yo básicamente lo utilizaba para jugar y para ver películas. ¡Claro, como no teníamos DVD abajo! Pues las películas que teníamos en DVD las veíamos arriba en el cuarto del ordenador. (i3)*

*En cuanto no estaba (mi padre) nos poníamos a jugar a las pelotitas. Pero es que yo me canso en seguida de jugar al ordenador y de Play. Entonces la novedad pues jugabas y ya está. (i7)*

*(lo utilizaba) ...para hacer algún trabajo y eso, a la hora del ordenador, pero poca historia más. (i8)*

*Pues primero solo era para jugar. Luego ya en clase, te empiezan a mandar alguna tarea con ordenador, hay alguna asignatura de informática, algún trabajo ya te permiten utilizar... En clase siempre hubo la eterna disputa entre profesores que dejaban hacer los trabajos a ordenador, profesores que quieren que lo hagas a mano... Por aquello del “corta y pega” y demás. Luego también con el paso del tiempo se ha declinado la balanza hacia el ordenador. Por rapidez, por lectura, por limpieza... Y el contacto fue a principio a través de los juegos y luego, cuando descubres el Word, ¿No? A partir del Word, el Excel, el Power Point... y poco a*

*poco, ¿No? Primero juegos y luego cuestión académica. (i4)*

La progresiva penetración de Internet, que como se ha visto en los primeros capítulos, se convirtió en muy poco tiempo en la tecnología que consiguió mayor popularidad en menor tiempo (hasta la aparición de los teléfonos móviles) (Pisani y Piotet, 2009: 18) supondrá un importante cambio cualitativo. Entre finales de los noventa y principios del siglo XXI su presencia fue cada vez más habitual en los hogares aragoneses, un proceso del que los jóvenes fueron plenamente conscientes.

*Internet a mi casa llega tarde. Internet a mi casa no llega... Mi primo, el de la casa de al lado, tenía Internet antes que yo... Mis padres fueron bastante reacios al Internet porque consideraron que era caro, que no era necesario... Llegó un momento en el que se hizo necesario pero yo creo que no llega el Internet a mi casa, el Wifi, y no te voy a exagerar, 14 años tenía yo, no más, 14, 15 ó 16 cogíamos el wifi de mi, cogíamos el wifi de mi primo, de la hermana de mi madre. Y el wifi a mi casa llegaría teniendo yo 15 ó 16 años. (i4)*

Como describe Hine (2000: 46), Internet puede entenderse como un “artefacto cultural”. Una “construcción enteramente social, formada a través de su uso”. Así, los primeros pasos de los jóvenes en Internet coinciden con un primer momento del desarrollo de la mensajería instantánea, fundamentalmente a través de las salas de chats y Messenger, un paso por el que, igualmente, todos los jóvenes entrevistados han pasado. Una vez más se repiten muchos de los relatos, a pesar de la gran diferencia que existen entre los procesos vitales de unos y otros jóvenes.

*Yo, por ejemplo, en el Chat Terra, esto sí que lo hemos hecho con amigas, nos metíamos... Pues en la época esta que empiezas a estar un poquito pava, que empiezas a tener curiosidad por los chicos y todas estas cosas. Y te metías en el Chat Terra y bueno, empezabas a ligar con cualquiera. Pero eso sí que era una tontería como una casa. Estabas ligando con una persona que ni sabías quien era*

*ni nada, pero ya está. Yo nunca... Como mi madre siempre ha sido muy pesada  
“No des tu messenger, no des tus cuentas de correo, tal...” Pues nunca di mi  
messenger, por ejemplo, a alguien del Chat Terra. Sin embargo he tenido amigas  
que sí que lo han dado. (i6)*

Los jóvenes pertenecientes a la denominada *Generación Net*, *Digital Nativess* o *Generación@* acompañaron su propio crecimiento con la construcción social de Internet a la que se refiere Hine (2000). Ya desde los primeros años de Internet se llevaron a cabo investigaciones sobre la forma en la que los adolescentes utilizaban la red para *flirtear*. Si bien, a diferencia de lo que apunta Schofield Clark (2003: 173), sobre el mayor entusiasmo de las chicas investigadas sobre los chicos a la hora de flirtear en Internet, el comportamiento de los jóvenes aragoneses investigados resulta muy diferente. Al menos en lo que se desprende de las entrevistas realizadas.

Uno de ellos (i1) no tiene ningún reparo en reconocer abiertamente que se conectaba a los chats con la intención de *ligar*. A pesar de que en aquella época era el único joven que vivía en su pueblo, coincidía con otros muchos chicos y chicas en el instituto, en la capital comarcal.

*Sí, al principio sí que metía a alguno (chat) (...). Incluso para ligar también se  
empleaba estas cosas todo de mensajes de móvil como de messenger... (...).  
Incluso con alguna que no conocieras. Ahí tonteaba. (i1)*

De hecho, reconoce haber realizado alguna desvirtualización<sup>5</sup>, esto es, llegó a quedar con alguna de las chicas con las que trabó amistad a través de chats, desplazándose para ello a una localidad de una comarca cercana.

Del mismo modo, i5 también reconoce haber utilizado los chats e Internet en aquellos

---

5 De este modo se define quedar con alguien físicamente con el que se mantiene algún tipo de relación a través de Internet, redes sociales, etc.

años para intentar conocer chicas e intentar *ligar* desde Marruecos.

*(Me conectaba a través de) 123love. Es una aplicación me parece que es extranjera pero podía entrar cualquiera (...). (Buscaba) Chicas, yo siempre, casi todos, casi todos, o sea, quiero decir, todos los que estábamos allí pues estábamos buscando chicas, ¿No? (i5)*

En su caso, no llegó a quedar físicamente con ninguna de las chicas con las que entabló amistad, si bien sí reconoce haber mantenido una relación especial con una de ellas, de origen marroquí, pero que vivía en Francia.

*Hombre, quedar, quedar, no. Pero sí que hemos estado en Babia durante... En Babia hemos estado viviendo con una chica, que además era... Sus padres eran marroquí, ella también era marroquí, lo que pasa que nació en Francia. Pero es que no sabía hablar el árabe. (i5)*

El caso contrario es el de las chicas entrevistadas. Ninguna de ellas le da importancia a los flirteos que podían desarrollarse a través de los chats. Reconocen haberlos utilizado de un modo mucho más lúdico que perseguir el propósito de obtener ningún tipo de relación.

*Sí que me acuerdo que al principio de Internet, sobre todo los chats. Que encima quedábamos aquí con mis amigas y nos partíamos el... La caja, de reirnos, de... Que había cada personaje por ahí, que te mandaba fotos, incluso en bolas que dices... “La gente...”. Y yo nunca he sido, yo qué sé, ni de pedir esto pero la gente, los conocías por el chat y “Venga, que te mando una foto” y ya... Era una locura. (i3)*

*Yo, por ejemplo, en el Chat Terra, esto sí que lo hemos hecho con amigas, nos metíamos... Pues en la época esta que empiezas a estar un poquito pava, que*

*empiezas a tener curiosidad por los chicos y todas estas cosas. Y te metías en el Chat Terra y bueno, empezabas a ligar con cualquiera. Pero eso sí que era una tontería como una casa. Estabas ligando con una persona que ni sabías quien era ni nada, pero ya está. Yo nunca... Como mi madre siempre ha sido muy pesada “No des tu messenger, no des tus cuentas de correo, tal...” Pues nunca di mi messenger, por ejemplo, a alguien del Chat Terra. Sin embargo he tenido amigas que sí que lo han dado. (i6)*

*¡Hombre, sí! ¡El famoso Terra! Sí (...). Nada, nada, tampoco nos duró mucho, pero lo típico que te reúnes cuatro o cinco y te pones en el Terra, a hablar de cosas de Terra... (...). ¡Hombre! Pues estaban todos más salidos que el pico de una pala. No sé, las típicas conversaciones que tienes estas que dices “¡Madre mía!” (...). ¡Ah, nada! Pues en un momento nos reuníamos todas y a ver quién ponía la burrada más grande. Pero siempre todo en coña y siempre en grupo, nunca me metí yo sola ahí al Terra. Si me metía era porque estábamos con gente y nos apetecía echarnos unas risas. (i7)*

Las vivencias de las chicas, por lo tanto, se asociaban a un divertimento colectivo en el que eran conscientes de que el interés de los varones en este tipo de salas de *chat* era mucho más explícito. Un rol que en algún caso, podía variar dependiendo si se experimentaba la posibilidad de travestirse y adoptar un sexo diferente.

*También con chicos, que era más divertido. Claro, éramos todos, éramos uno. Era un nombre aleatorio. O sea, era un nombre neutro. Entonces dependiendo de lo que nos interesaba éramos una cosa u otra. Pues yo qué sé, si te habla un chico hacer que eres una chica y si te habla una chica pues eres un chico, pero como siempre te hablan chicos... Pero no ves que cada día nos reuníamos un grupo de gente diferente y que cada uno soltaba la bordería que le pasaba por la cabeza. Entonces es que tampoco... No sé. ¡Hombre! Yo creo que cuando éramos hombres sí que éramos más directos. Sí. Y cuando éramos mujeres sí que íbamos a saco, pero más con indirectas. Pero a saco también. Lo único que no era tan*

*directo, pero era igual. (i7)*

Estos juegos de *travestismo* y experimentación de roles contrarios a los habituales o a los asignados socialmente fueron comunes en la primera época de Internet, al carecer de toda información que no fuese el texto tecleado. Tanto los chats como los MUD<sup>6</sup>s permitían este tipo de juegos en los que era posible redefinirse a sí mismo, una idea apuntada por Turkle (1995: 184). Si bien la experimentación a la que se refiere la joven responde a unas motivaciones mucho más lúdicas.

Como en el caso de i1, algunas de las protagonistas femeninas de la investigación, también realizaron alguna actividad de desvirtualización, si bien, al contrario que el objetivo de este, sus intenciones eran mucho más lúdicas.

*(...) sí que me acuerdo de una cosa, una vez estábamos todas en su casa y en el chat este a unos chicos de quedar y no sé qué, pero era todo de broma. Y vinieron aquí y todo y los perdimos, los llevamos por los campos y los dejamos por ahí perdidos. No sé ni de donde eran, ¿eh? (...). Nosotras éramos pequeñas, pues eso. Que tendrías 14 ó 15 años. Y los llevamos, no sé donde los llevamos y los dejamos por ahí perdidos. No sé donde aparecerían. (i2)*

Por otra parte, no resultan extrañas las experiencias cercanas de amistades que entablaron relaciones físicas con personas a las que habían conocido a través de los chats. De hecho, una de las jóvenes entrevistadas recuerda como una amiga llegó incluso a casarse con un chico al que conoció en uno de ellos.

*Una amiga se casó. Nosotras siempre le decíamos “Te vas a casar con alguien del chat y no sé qué” y ella decía “Ah que no...” y sí, conoció a un chico andaluz y se casó con él (...). Ella fue me acuerdo que de las amigas del pueblo, de las que íbamos antes, de más pequeñas, la primera que tuvo (Internet). Y estaba todo*

---

6 *Multi User Dungeon*, primitivos juegos de rol en red que dieron lugar más tarde a redes sociales como *Second Life*

*el día. Es que, no estaba ni en el messenger, estaba en el chat este de Terra que había. Recuerdo de ir a su casa alguna vez y que estaba y nosotras ahí un rato y ya nos cansábamos. (i2)*

Si los chats fueron el primer paso, un elemento prácticamente omnipresente, al menos durante algunas fases en la adolescencia de los jóvenes que actualmente cuentan con entre 20 y 30 años fue el Messenger. Por la dimensión que llegó a alcanzar, así como por las experiencias que los jóvenes reconocen haber vivido con este sistema de comunicación, merece que nos detengamos en él.

### **6.3. Messenger**

Messenger fue un programa de mensajería instantánea que alcanzó una gran popularidad entre finales de los años 90 y la primera década del presente siglo. Más tarde se denominó Window Live Messenger y en 2013 se fusionó con Skype, un programa que la compañía propietaria de Messenger había adquirido en 2011 y que estaba especializado en la realización de videoconferencias<sup>7</sup>. Después de la fusión, Messenger desaparecería como tal.

Para muchos jóvenes se trató del siguiente paso en las comunicaciones a través del ordenador, una vez que el primero habían sido las salas de chats habilitadas en páginas web como la de Terra.es.

A diferencia del interés mostrado por el resto de jóvenes, solo uno de ellos (i8) reconoce no haber contado con una cuenta de messenger. Se da la coincidencia de que él no mostró prácticamente ningún interés por la tecnología, si bien esta actitud sufrió posteriormente (con la aparición de los smartphones) una evidente modificación. En este caso se trata de un joven procedente del ámbito rural, ligado a labores

---

<sup>7</sup> <<https://www.fayerwayer.com/2013/04/hoy-comienza-la-migracion-desde-messenger-a-skype-como-hacerlo/>>  
> Última visita: 10 de julio de 2015

tradicionales, que reside en un pequeño municipio de la comarca de Andorra-Sierra de Arcos. Sin embargo, su actitud contrasta con la de amigos y jóvenes de su entorno, incluidos familiares. A pesar de encontrarse en su mismo entorno. De hecho, reconoce que su propia hermana era usuaria habitual de esta aplicación.

*Mi hermana sí que se hizo... Sí que tenía messenger. Pero a lo mejor me mandaría por ahí... Estaría hablando con alguien y me diría "Vete por ahí". (i8)*

La forma en la que Messenger penetró, independientemente del ámbito en el que se encontraban los jóvenes (urbano o rural) así como otros condicionantes, como los niveles de instrucción o situación económica de sus familias. Este hecho viene a redundar en la idea propuesta en el capítulo 1, sobre la redefinición del tiempo y la distancia, así como la posible y paulatina desaparición de la brecha digital. Una idea que se abordará más adelante.

*Messenger* supuso para la gran mayoría de los jóvenes investigados una nueva herramienta de comunicación con sus pares en la que habitualmente se utilizaban otras dinámicas y se buscaban objetivos diferentes a las del chat. Como ya se ha podido comprobar, por medio del chat se ponían en contacto con personas a las que no conocían y de las que no sabían si lo que contaban sobre ellas era verdad o mentira. Los primeros chats, que se basaban únicamente en el texto (antes de la generalización de las webcam y con conexiones a Internet lentas, todavía antes de la implantación y generalización de la banda ancha) podían permitir el anonimato. Algo que como ya se ha visto facilitaba incluso la experimentación con adoptar roles del sexo opuesto (i7), ya que en este tipo de comunicación se encontraban ausentes aspectos como la entonación, versatilidad de la voz, rasgos faciales, imagen corporal, señales no verbales, ropa, comportamiento (Danet, 2003: 150).

Con la nueva herramienta, sin embargo, se modificó notablemente la actuación, puesto

que, normalmente, los jóvenes se comunicaban con personas que ya conocían en el mundo *offline*. De este modo, el *modus operandi* de los entrevistados en Messenger tendría mayores similitudes con el que se desarrolla, por ejemplo, a través del Whatsapp, una herramienta de la que hablaremos más adelante.

A través de Messenger se establecía contacto normalmente con personas a las que se conocía previamente, no en vano, para ello era necesario disponer de una cuenta de correo en *Hotmail*. En algún caso, como reconoce i1, sí que se podía *invitar* a personas con las que previamente se había entrado en contacto a través de un chat. Pero en este caso se vuelve a mostrar una importancia diferencia de comportamiento con un sesgo sexual. Mientras los chicos que admiten haber intentado ligar a través de los chats (i1) reconocen igualmente haber invitado a personas desconocidas al messenger, en el caso de las chicas, estas rechazaban cualquier tipo de invitación de personas a las que no conocían previamente en el mundo *offline* (i2, i3, i6 e i7).

Volviendo a un tema apuntado en el capítulo primero, sobre la posible desaparición de la brecha digital y la diferencia entre posesión y acceso a las tecnologías de la información (Martín Barbero, 2008: 30), no disponer de Internet u ordenador en casa no era un impedimento para que los jóvenes accedieran al Messenger. Esta apropiación, que alcanza por igual a ricos y pobres, supone una de las novedades de estas tecnologías de la información (Martín Barbero, 1991: 201).

*Yo tenía cuenta en el messenger, ¿eh? Me había hecho cuenta, lo que pasa es que claro, lo utilizaba cuando me podía meter en algún sitio, si no, no...(i2)*

*Yo no tenía messenger y me hice el hotmail, la dirección que tengo ahora de hotmail me la haría con doce años. Yo no tenía Internet en casa y en el pueblo, muchos amigos tenían, otros no, en el pueblo el Internet ese rural, ahí sí que tenías acceso a Internet. Y en el messenger pues yo me conectaba alguna vez, y estaba en casa de mi tía pues me conectaba alguna vez, porque me dejaba mi*

*primero el ordenador, y con el messenger me acuerdo pues que hablaba con la gente del pueblo y tal, y con los de Teruel, con algunos que tenía... (i4)*

La razón por la que se conectaban a Messenger era la misma que se puede aducir para cualquiera de las innovaciones que se han ido produciendo y que ha provocado una modificación de comportamientos en los jóvenes, como si de una *moda* se tratara:

*Porque veía a todos o a casi todos que lo tenían. (i2)*

*Hombre, claro, porque todas mis amigas tenían cuenta en Messenger, todo tal, entonces yo de repente, cuando me encontré con Internet lo primero que hice fue abrirme una cuenta en Messenger (i7).*

Gracias a Messenger los jóvenes disponían de un espacio donde poder relacionarse con sus pares, algo que ya apuntó Boyd (2007). Sin embargo, queda por ver si en el caso que nos ocupa, Aragón, se produce este proceso del mismo modo que sugiere la investigadora norteamericana, que apunta directamente a la falta de espacios públicos donde encontrarse los jóvenes al margen de los adultos.

En nuestra sociedad no parece que este tipo de situaciones, la falta de espacios para la gente joven, sean frecuentes, menos todavía en el caso de los jóvenes del ámbito rural entrevistados en la presente investigación. Según sus propias argumentaciones, su propósito de conectarse a Messenger obedecería más al objetivo de continuar en contacto con amigos que, en muchas ocasiones, acababan de ver o, simplemente, se trataba de matar el aburrimiento.

*Sí, pero es que además lo decía mi madre y es verdad, cuando entraba mi madre... “¿Qué estás hablando?”, “¿Qué estás viendo?”. Eran cosas tan vanales y tan gilipollescas que... no sé, cualquier tontería que... No sé, es que podía ser incluso lo que estabas haciendo ahora, “¿Qué estás haciendo?”. “Pues estoy*

*haciendo tal”*. (i4)

*¡Para nada! (las conversaciones eran) super, super, super superficiales. Hablabas de tonterías (...). Seguramente sí, porque las conversaciones que tienes cara a cara suelen ser más espontáneas, en mi opinión, no sé, cuando estás hablando por un medio de comunicación supongo que son más temas que a ti te interesan o que no sé, o cosas, curiosidad que tienes, que le quieres preguntar a otra persona, a drede, no lo sé... Pero no lo sé, no es tan... (i6)*

*Pues cuando estaba sola, aburrida en casa, me metía en Internet, me metía en el Messenger, hasta que llegaba la hora de quedar y me iba... (...). Claro, pero en lugar de hablar por teléfono, porque estaba aburrida, pues hablaba con ellas por el Messenger. (i7)*

Se trata de una actividad que en el mundo anglosajón se conoce como *hanging out*, que puede definirse como “*pasar el rato con los amigos, sin hacer nada especial*”, del mismo modo que podrían hacer en un espacio público *offline* (Boyd en Pisani y Piotet, 2009: 46) (Ito, 2010: 22). Sin embargo, desde otra óptica y por los propios testimonios aportados por los jóvenes, más parece indicar que se trataba de una actividad que venía a reforzar las propias relaciones *offline* que mantenían con sus amistades.

Desde este enfoque, en lugar de que se puedan establecer una relación de sustitución de la actividad *offline* por la *online*, incluso de confrontación entre ambas, se trataría de una complementación. Esta línea entroncaría con las cinco reglas de la virtualidad<sup>8</sup> que plantea Woolgar (2005: 33-34). Entre ellas se encuentra “Las tecnologías virtuales son un complemento y no un sustituto de la actividad real” (regla número 3) y “Cuanto más virtual, más real” (regla número 4).

---

8 Las cinco reglas son: 1: La aceptación y utilización de las nuevas tecnologías depende de forma crucial del contexto social local. 2: Los miedos y riegos asociados con las nuevas tecnologías están distribuidos socialmente de forma desigual. 3: Las tecnologías virtuales son un complemento y no un sustituto de la actividad real. 4: Cuanto más virtual, más real. 5: Cuanto más global, más local

Siguiendo con el planteamiento de Woolgar, algunos experimentos han venido a demostrar que la abundancia de redes virtuales favorece la sociabilidad, precisamente con aquellas personas o colectivos que tenemos más cerca. Así se demuestra, por ejemplo, de la experiencia llevada a cabo en el barrio canadiense de Netville (Reig, 2013: 48). En esta localidad, especialmente equipada con redes de alta velocidad, se desarrolló un estudio en los años noventa en el que se analizó el modo en el que influyen las comunidades *online* en el tipo de relaciones interpersonales que la gente mantiene con sus amigos, conocidos o vecinos.

De hecho, la quinta de las reglas de la virtualidad tendría que ver con “Cuanto más global, más local”, lo que vendría a confirmarse asimismo con el experimento de Netville. Otras experiencias más recientes también han venido a demostrar que los jóvenes se conectan a Internet y a las redes sociales para mantener y fortalecer amistades del *mundo real* (Watkins, 2009: 60).

Por el comportamiento que manifiestan los jóvenes entrevistados, Messenger vendría a sustituir a las conversaciones que en otros momentos podrían haber tenido los jóvenes con el teléfono fijo con sus amigos en sus domicilios. Se trataría de una forma de continuar en contacto con sus pares, sin que, en muchas ocasiones existiera un objetivo concreto.

Messenger ofrecía una primera forma de modificar la distancia con amigos que se encontraban en otros lugares y, de este modo, sustituir la ausencia física, manteniendo el contacto y amistad. Tal y como reconocía i4, que además de vivir en Teruel se desplazaba muy habitualmente al pueblo del que es originaria su madre, en la Sierra de Albarracín. Otra posibilidad era mantener el contacto con amistades esporádicas que se podían comenzar offline.

*¿Con el messenger? Pues porque todos mis amigos tenían messenger y nada y de*

*vez en cuando nos íbamos de viaje, por ejemplo a las escapadas de esquí que hacíamos, que entonces todos los años nos íbamos con el cole a esquiar... Y oye, “¿Y tú messenger?”. “Pues no tengo”. Entonces ya era, perdías con el contacto, ¿No? Porque conocías igual a gente de Jaca, o de otros pueblos, o de Zaragoza y decías “¡Vale! Pues con este no me puedo contactar ya más”. Y entonces me hice el messenger. (i6)*

Sin embargo, en todos los casos prima la relación *offline* y el mantenimiento de esta gracias a nuevas herramientas de comunicación sobre la posibilidad de establecer nuevas amistades con desconocidos. El caso más claro es el de i1, quien no oculta que tenía una intención de ligar, como ya se ha comentado previamente, a través de los chats. Si bien, reconoce que las amistades que pudo cultivar a través del messenger no han tenido continuidad.

*Hice amistades, pero no he conservado amigos (...). Sí. Pues eso, me acuerdo que al principio como era una cosa novedosa decías, pues puedo comunicarme con gente así del mundo y decías pues venga, me voy a meter en un chat de, por probar, a un chat de México... ¿No? Pero era más probar, ¿No? Y entonces eso, pues igual alguien te caía bien y le invitabas al messenger pero creo que no he guardado... no he guardado... Bueno, aparte perdí de tanto no conectarme perdí la contraseña y ya esa cuenta... Eso a mí me ha pasado varias veces. De no usarlo pues eso, pierdes la contraseña, no la tienes apuntada o no sabes donde y bloqueado.*

Ya se ha comentado que Messenger sufrió algunas modificaciones hasta su desaparición en 2013. Respondiendo a los cambios que se producían incesantemente en las tecnologías de la información, algo que nos recuerda el carácter de construcción social a través de su uso al que hacía referencia Hine (2000: 46), la aparición de una nueva herramienta iba a suponer una nueva modificación en sus hábitos: las redes sociales.

De su mano vendría el paulatino abandono de Messenger por parte de los jóvenes, que siguiendo un camino muy similar, fueron experimentando este tipo de relaciones a través de las nuevas herramientas que se encontraban a su disposición.

#### **6.4. Las primeras redes sociales. Tuenti y Facebook**

Como expresa García Canclini (1995: 17), refiriéndose al consumo cultural, las manifestaciones culturales se encuentran sometidas a los valores que “dinamizan” el mercado: consumo incesantemente renovado, sorpresa y entretenimiento. Estos valores también parecen guiar las continuas modificaciones que han ido produciéndose en los usos tecnológicos.

Tras el paso de los chats a Messenger y el elevado grado de atención que esta herramienta generó en los jóvenes, poco tiempo después se produciría una nueva migración, en este caso hacia las redes sociales, comenzando por Tuenti.

Ya Aristóteles destaca el papel social del ser humano, así como la importancia de la conversación con el otro como fundamento de la convivencia de los seres humanos (Berlanga y Martínez, 2010: 59). Los avances tecnológicos han provocado que estas conversaciones puedan realizarse a través de numerosos canales, algunos de los últimos se han producido por medio de la comunicación mediada por ordenador.

Desde mediados de los años 2000 han comenzado a popularizarse las redes sociales, algunas de las cuales han alcanzado unos niveles de penetración muy importante entre la población, especialmente entre los más jóvenes. Así se ha podido ver en los datos de tipo cuantitativo que se han analizado en el capítulo 4 de la presente investigación (página 103).

---

9 El entrecomillado es del autor

Tuenti es una red social española que surgió a mediados de la primera década de los años 2000. Su público objetivo eran los jóvenes o bien se especializó en ellos. De las experiencias de nuestros protagonistas se extrae que, normalmente, se trataba de un paso intermedio entre el Messenger y la red social más importante en cuanto a penetración y popularidad, Facebook.

Tan solo en un caso (i8) no disponer de Tuenti ni ninguna otra red social similar. Este joven no manifestó ningún interés por la informática ni las tecnología de la información. Sin embargo, como se abordará más adelante, este desinterés parece tener poco que ver con el hecho de este joven resida en un pequeño municipio del ámbito rural, más al contrario, parece deberse a una elección personal. Tal y como ocurría con el Messenger, también reconoce que tanto sus amigos como sus propias hermanas utilizan habitualmente las redes sociales.

Del resto, también nos encontramos con la posición de i5, que no lo conoció, al residir hasta el año 2008 en Marruecos y quien se opuso conscientemente, a pesar de estar adoptar una posición bastante favorable a la tecnología, como es el caso de i3:

*Tuenti me negaba, como era la temporada esta, me negaba, decía... “Sí, mira no tengo Facebook y me voy a hacer Tuenti, que no, que no”. Eso era como el Facebook pero de adolescentes. No, no, por dios. (i3)*

En cuanto a los que sí lo tuvieron, destaca en la forma de adentrarse en esta red social la presión del grupo. Debemos recordar que como se indica en numerosos estudios, la adolescencia y juventud son etapas evolutivas en las que se recibe una alta influencia del grupo de amigos o iguales (Muñoz, Fernández y Gámez en Echeburúa, 2013: 138), una característica que se expresa igualmente en la adopción de hábitos tecnológicos. Esta presión del grupo también estará presente en el resto de tecnologías de la

información que vamos a analizar.

*Empecé con el Messenger. Luego me pasé al Tuenti... Yo es que estas cosas, o sea, yo me quedé con el Messenger, porque yo la verdad que cuando... Que me cuesta mucho cambiar, el adaptarme me cuesta bastante. Si ya me he acostumbrado a no, me quedo con ese uno. Y de repente estábamos en casa de una amiga y me dijo, “Te voy a hacer el Tuenti sí o sí”, entonces cogimos y lo hice. Y yo tuve Tuenti porque me lo hicieron. Igual que el Messenger. (i7)*

Esta transición de Messenger a Tuenti se repite prácticamente en los mismos parámetros en el resto de casos, al menos en aquellos que lo utilizaron, puesto que uno de los jóvenes (i1), ni siquiera recuerda con claridad haber tenido acceso a esta red social.

*Primero tuve Tuenti. Que fui además de las primeras aun encima de nuestros amigos. Porque te tenían que mandar una invitación al correo y ya te metías (...). Una amiga de aquí. “Regístrate que esto está muy chulo, no sé qué”. Y ya pues un poco enganchada al Tuenti este, sí la verdad (i2).*

El atractivo de Tuenti básicamente parecía centrarse en la posibilidad de establecer chat con los contactos, de hecho se puede decir que los jóvenes mantenían dinámicas muy similares a las establecidas en Messenger: se relacionaban sobre todo con personas a las que ya conocían. Como novedades se encontraba la posibilidad de compartir fotografías y de *cotillear* sobre los demás, al mismo tiempo que se exponían a ser cotilleados por sus pares. En el capítulo primero ya se reflexionaba sobre la redefinición entre público y privado, a través de las ideas que ya apuntara hace más de medio siglo McLuhan (1996: 210). También Simmel (citado en Benjamin, 1983: 38) aventuró la posibilidad de que fuese el sentido de la vista el que marcara la preponderancia gracias a los transportes públicos que comenzaron a popularizarse en las grandes ciudades a finales del siglo XIX. Unos transportes que obligaban a

personas que no se conocían de nada a tener que mirarse mutuamente o incluso pasar varias horas sin hablarse. Sea dado por la aparición de las grandes ciudades o bien por el regreso a la tribalización o la aldea McLuhaniana, lo cierto es que ha regresado, o nunca ha desaparecido, el interés por saber qué hacen los otros, nuestros pares. Y las redes sociales, comenzando por Tuenti, ofrecían una buena forma de averiguarlo.

*No sé, que poníamos fotos, no sé qué, hablabas, podías hablar con la gente también... Eso. (...). Luego ya se ha vuelto más el alcahueterío, porque todo el mundo cuenta su vida ahí, que tampoco creo que sea necesario, pero bueno... (i2)*

*Sí. Pero porque todos tenían Tuenti. No te digo que me disgustara, ¿Eh? Porque luego, al final, todos... te gusta, ¿No? Ves las fotos... Cotilleas un poco, pero bueno, no... Yo creo que me lo hubiera hecho, sino... Además, yo nunca soy de las personas estas que siempre llevan una cámara encima, haciendo fotos... Yo qué sé, que igual tengo subidas cinco fotos, en Tuenti, ¿No? Que subí yo. Todo el resto son fotos que me han subido. Y, bueno, pues eso, pues tenía ahí a todos mis amigos, quedábamos por ahí. O sea, ya no quedas por el móvil, ya no te llamas... De mensaje. Y listo. (i6)*

*Jo, pues yo en Tuenti lo único que hacía era... Pues me etiquetaban en fotos y alguna vez comentaba. Y hablar por el chat (...). Era lo último porque yo en aquella época tenía el Messenger. Entonces cuando ya el Messenger se quedó obsoleto ya sí que usé el Tuenti como chat. Pero... Como siempre había visto el Tuenti para poner fotos y tal el chat casi nunca lo usaba. (i7)*

En cuanto a las personas que formaban parte de las redes, al igual que en el caso de Messenger, reconocen que se restringía a aquellas con las que ya se contaba con relación a priori, incluso de un modo mucho más evidente, puesto que allí se veían y etiquetaban en las fotografías, se realizaban comentarios públicos, etc.

Al igual que se ha señalado anteriormente en cuanto a las diferentes formas de

comportamiento entre chicos y chicas en los chats, estos patrones se mantuvieron en Tuenti, por lo menos así lo interpretaban algunas de las entrevistadas.

*Pero a ver, es como una discoteca, ¿No? O sea, normalmente los que van a cazar, es verdad, son los chicos. A las chicas pues nos gusta ser cazadas, ¿No? Y no sé... (...). Tú estás con tus amigas pero los chicos, no sé, en una discoteca van a lo que van. Pues nosotras muchas veces salimos y no vamos a eso. Y eso es algo que muchos chicos no entienden. Y yo creo que el, en el messenger, o sea, en el Tuenti pasaría... (i6)*

Esta actuación también puede marcar la forma en la que se integra a nuevos contactos en cada una de las redes personales, también con una diferencia en función del sexo.

*Yo, sinceramente... ¡Hombre! A un chico yo creo que le viene... le escribe una chica y al menos que no sea muy fea, muy fea, le da... “Aceptar”, ya está. ¿O no? Sí, sí. (i6)*

Del mismo modo que ocurre en cualquier otra relación humana, en esta ocasión mediada por ordenador, las relaciones a través de Tuenti no estaban exentas de posibles conflictos. De hecho, todos los entrevistados son conscientes de los riesgos que pueden conllevar, lo que en muchos casos les llevaba a adoptar sus propias medidas de seguridad. En un caso, una de las entrevistadas reconoce haber atravesado una experiencia desagradable con un exnovio a causa de los contactos efectuados con otros chicos a través de Tuenti, un malentendido que le afectó en su relación offline. Una muestra más de que en lugar de confrontar las dos realidades, tal y como propone Woolgar (2005), las actividades virtuales con un componente más de las *reales*.

*De Tuenti. Sí, bueno, yo en ese momento fui tonta y bueno, pues una vez el chico me pidió el... la contraseña porque yo no estaba y le dije... Bueno, quería subir una foto de perfil, una foto de perfil que estábamos los dos juntos y yo le di la*

*contraseña. Y supongo que a partir de ahí él de vez en cuando se metía y cotilleaba. Y leía mis mensajes privados y bueno... los celos. Ya está. Y una vez que estaba en Francia, con la familia, yo no estaba ni en Tuenti ni en nada y de repente me llama, todo enfadado, que quién es este chico... Y yo no tenía ni idea. Un chico mayor, además, que me había escrito un mensaje de “Que bien lo pasamos la...”. Bueno, yo ese mensaje ni lo vi. Y le digo, “Pues bórralo, que no tengo...”. Y se ve que decía pues que habíamos pasado una noche estupenda, que quería volver a verme... Yo me quedé así, flipando, pero a ver, “si yo no he estado con más chicos que contigo...”. Y bueno, fue el show, fue el show. (i6)*

Si la presión social de los pares (Lahire, 2006: 499) llevó a los jóvenes a experimentar la conexión con sus pares en un primer lugar a través de los chats para posteriormente *migrar* a Messenger y, nuevamente, experimentar estas experiencias a través de Tuenti, poco después, como respondiendo a un nuevo movimiento migratorio, la mayoría de ellos se fue desplazando, en esta ocasión hacia Facebook.

Desde que Facebook naciera en 2004 ha experimentado un desarrollo notable, hasta el punto de convertirse en una de las redes sociales más extendidas en todo el mundo. Según sus propios datos, contaba con 936 millones de usuarios activos de media en marzo de 2015<sup>10</sup>. De ellos, el 82,8% se conectan desde fuera de Estados Unidos y Canadá. Tal y como se apunta en el capítulo 4 de esta investigación, se trata de la red social más popular entre los jóvenes aragoneses de entre 20 y 24 años, siendo utilizada por un 88,1% de los encuestados (Instituto Aragonés de Empleo, 2014: 48).

De los ocho jóvenes entrevistados, siete de ellos tienen o han tenido su propio perfil de Facebook y solo en un caso (i8) no ha manifestado ningún interés por hacerlo. Nuevamente no responde a una cuestión relacionada con el lugar donde reside, sino como él mismo explicaba, este hecho respondía sobre todo a su falta de interés en la tecnología.

---

<sup>10</sup> <<https://newsroom.fb.com/company-info/>> Última visita el 14 de julio de 2015

En cuanto a todos los demás, la transición se produjo del mismo modo que las anteriores. Una *migración* que surge por la presión del grupo, también entendida por algún joven como un movimiento espontáneo, en el que todos sus contactos reaccionan de un modo similar.

*Facebook tampoco hace mucho que existe, ¿No? Pues eso. Hace... Cuando salí me lo pondría y por qué, pues porque eso, porque todo el mundo se lo iba poniendo y era digamos la primera red social. (i1)*

*Yo tenía Tuenti y Facebook, pero mi círculo de amigos prácticamente no lo utilizaba (el Facebook) entonces yo no lo utilizaba tampoco. Tenía pero... Pues ahí estaba, que ni siquiera me metía ni nada. Pero luego, no sé, yo creo que desde hace unos tres o cuatro años la gente ha utilizado más... o por lo menos en mi círculo de amigos ha empezado a utilizar más el Facebook entonces lo he empezado a dejar de lado de lado (al Tuenti) y ya... ya no me meto. Que ahí tengo la cuenta, pero no... (i2)*

*Pero me hice Facebook cuando se fue una amiga mía a Cuba. Que eso fue... No. Simplemente... Es que no me acuerdo si se fue a Cuba o en alguna de sus andanzas, porque es que ha estado en Cuba y Uruguay. No me acuerdo si fue en Cuba o en Uruguay. Pues se iba a ir durante unos... No, yo creo que se iba a Cuba a unos campamentos de verano a trabajar. A raíz de eso, como se iba a ir un par de meses o tres y no la íbamos a ver, pues ya me hice Facebook. Yo y otra amiga mía que estaba también en contra y ahora estamos superenganchadas las dos. (i3)*

*Es como, no sé, movimiento espontáneo. La gente con la que me relaciono, que nos relacionábamos en Messenger, empezamos a hablar con Facebook y luego además se añade el Whatsapp desde hace poco que te hace la utilidad o ese servicio que te hacía el messenger y que ahora el messenger pues ya no es, quiero*

*decir, es más cómodo hacerlo a través del Whatsapp o del Facebook, porque el Messenger parece que sólo servía para eso mientras que en el Facebook tienes más posibilidades y a la vez hablar por... de la misma forma que lo hacías en messenger. (i4)*

*Sí, sí. Y la verdad que es que la abrí muy tarde, porque todo el mundo me decía, el Facebook, el Facebook, el Facebook, y es que yo no... (i5)*

*Pues cerré el Tuenti a mitades de segundo de Bachiller, cuando estuve hasta las narices... Porque... No sé, me fastidiaba estar conectada al Tuenti. Tenía exámenes, tenía selectividad y dije, “oye, aquí te quedas”. Y nada, lo cerré, después me fui a Barcelona... Bueno, me parece que lo abrí para verano, puede ser que lo abriera para verano. Porque eso es una gran cagada, una vez que te lo has hecho ya no se borra. Por mucho que te lo cierres luego te lo vas a abrir y solo tienes que darle a aceptar, ya está, abierto otra vez. Así que nada. Y luego me fui a Barcelona y en Barcelona nadie tenía Tuenti, así que me lo cerré y me abrí el Facebook, que no tenía Facebook. (i6)*

*Ten en cuenta que yo me hice el Tuenti, o sea, igual estuve meses sin poner nada, solamente fotos que me colgaban y luego ya le cogí un poco el tino, tal... y cuando le cogí el tino todo el mundo se abrió el Facebook y luego ya me volví a abrir el Facebook y hasta hoy con el Facebook. (i7)*

La importancia de los pares a la hora de decidir abrir un perfil de Facebook se reconoce como definitiva en todos los casos. Nuevamente la presión social, que como ya se ha visto, juega un papel fundamental a la hora de formar a los adolescentes y a los jóvenes, como indicaba Lahire (2006). Si algo se puede destacar de este nuevo movimiento migratorio hacia una nueva red social es su transversalidad. En todos los casos se repitió el mismo comportamiento, sin importar las características del joven: si vivía en un espacio urbano o rural; si estudiaba, trabajaba o no hacía ninguna de las cosas; al margen de clases sociales y del grado de instrucción o la formación cultural

de sus entornos familiares. Todos repiten por igual los mismos relatos conforme a la asunción de Facebook como red a través de la que socializarse.

Porque a través de Facebook se amplifica el interés por el otro que ya hemos visto que despertó la curiosidad de los jóvenes en Tuenti. Para Susca (2012: 84) se responde a través de esta red social a una necesidad de ser copartícipes de las vivencias ajenas, que lleve hacia la idea de la vida común. A pesar de que se establecen diferencias en cuanto al entorno de contactos y amistades con respecto a Tuenti (donde resultaban más jóvenes), también se recuperaba la idea expresada por Boyd (2007) de encontrar un espacio donde relacionarse con los pares. De hecho, algunos estudios han llegado a detectar como muchos jóvenes ignoran las peticiones de amistad de sus progenitores (Reig, 2013: 61).

Facebook (y posteriormente Twitter) consagra lo que se ha denominado “culto a la conexión” (Susca, 2013: 106): Transcribir o dar cuenta de lo que nos ocurre de forma cotidiana a través de las redes sociales, algo de lo que los jóvenes investigados son plenamente conscientes, si bien no reconocen hacerlo ellos mismos, mientras que son conscientes de que otros sí lo hacen.

*(...) darle “me gusta” a fotos de amigos o... o yo qué sé, algún video que comparte la gente y lo ves, no sé. Sin más. Yo a veces sí que pongo fotos, alguna vez cuando salimos y esas cosas. Pero que no cuento mi vida de “qué enamorada estoy con este” o “más pasao con el otro”... No creo que le importe a nadie. Pero que cada uno haga lo que quiera, sí, sí. Que no digo que no puedan poner alguna foto, o sea, que me parece muy bien. Pero que no hace falta que le pongas a nadie que le quieres mucho, por el Facebook, que si lo quieres ya lo sabrá... o no sé (i2).*

Se trata de un discurso habitual en todos los testimonios. Parecen tener interiorizado el hecho de no proceder a retransmitir su propia vida, aunque son conscientes de que se

trata de una práctica habitual en las redes sociales, especialmente en Facebook y Twitter. Nuevamente aparece la idea de la redefinición de los espacios público y privado y la tribalización, que McLuhan anunciara como consecuencia de los descubrimientos electromagnéticos (McLuhan, 1998: 47). Del mismo modo que, por ejemplo, la introducción del alfabeto (y más tarde la imprenta) habían comenzado el proceso destribilizador o descolectivizador (McLuhan, 1998: 232). Facebook en ese caso representaría un ejemplo claro de este proceso.

Del mismo modo que también representaría un nuevo concepto de ágora virtual, al que hacía referencia Castells (2001: 160), en este caso refiriéndose a Internet en general, como se recordaba en el capítulo 1 (página 35).

Facebook también supone una neutralización de la soledad y aislamiento (Susca, 2012: 87), una forma de continuar con relaciones o contactos preestablecidos offline y que por alguna razón hayan podido perderse o puedan hacerlo. Así, a través de las redes sociales los jóvenes han podido mantener amistades con personas con las que no comparten un mismo espacio geográfico. Es el caso, por ejemplo, de i3, que mantiene una amistad con una chica bosnia que pasó algún verano en su casa tras la guerra de los Balcanes.

Como ya se ha visto, en el mismo origen de que algunos jóvenes se abriesen una cuenta en Facebook se encuentra el hecho de, además de responder a la *presión social* ejercida por el grupo, salvar la distancia, precisamente uno de los aspectos que se abordará más adelante en esta investigación.

*(Facebook) me lo abrí un poco antes, me lo abrí el verano de primero de... ahora que me acuerdo, el verano de Primero de Bachiller. Porque me fui a Australia de vacaciones y bueno, y conocí a gente de Madrid, de tal... Nadie tenía Tuenti y entonces me hice el Facebook. Para, pues eso, tener contacto con los de Australia, con esta gente de España, con gente que conocía del Sur de Francia,*

*de campamentos y sí, me lo abrí antes. Pero no lo utilizaba. (i6)*

El ejemplo más paradigmático es el de i5, joven migrante que utiliza muy habitualmente Facebook para contactar con amistades de su país de origen, Marruecos, que en muchos casos también han migrado a distintos países.

*Pues en Marruecos tengo amigos, ¿No? Del colegio o de la infancia, ¿No? Y los que, vamos, los que han sido siempre del barrio, ¿No? Aunque cada uno ahora ha cogido su destino. Hay algunos, claro, como yo, que ya no viven en Marruecos. Pero la verdad mantenemos una relación más o menos. O sea, que igual, uno que no sé nada de él, pero a través de otro puedo preguntar y digo, “Oye, ¿Qué tal Mohammed?” o lo que sea, ¿No? Y te va contando, ¿No? Y cuando coincides con él, igual en el Facebook o igual está en otro país, ¿No? Pero la verdad ha sido así (...). Yo la verdad, desde luego, a toda la gente que esté en el extranjero, con el Facebook, con el Facebook, no hablo del Twitter ni del Whatsapp, pero estoy hablando del Facebook y la verdad que mucha gente incluso ha encontrado familia perdida. Y yo te digo una cosa y es que tenía familia, es que no me acordaba de esa familia, ni siquiera sabía que existía, que estaba muy lejos esa familia, estando en Marruecos, pero que eran primos de... (i5)*

Como ya ocurriera con el messenger, los jóvenes también reconocen sufrir un *enganche* a Facebook, motivada en parte por la curiosidad que despierta y por el nivel de actividad que se genera en la red por parte de sus contactos.

*Es como el Facebook, por ejemplo. Pues eso, todo lo que son redes sociales, ¿No? El Facebook, por ejemplo pues sí, lo bueno que tienen estas redes sociales es que te enteras de muchas cosas, ¿No? Incluso más de lo que quieres. Pero lo que veo yo malo es eso, que de repente igual empiezas por un grupo que sois amigos amigos y claro, y de repente, ves que tienes 400 amigos y dices... “Aquí igual no los conozco todos, ¿No?”. Y luego eso, engancha, engancha también y que es una pasada, que cada día abres el Facebook y lo que tardas en ver toda la página en*

*ver las últimas que se han cargado ahí, porque cuenta, que mucha gente nada, igual mete una cosa cada semana, pero otra igual cada cinco segundos, “Oye, pues mira, me he hecho pis aquí”. Cosas así, que... (i1)*

Este nivel de cierta adicción o dependencia, con todas las salvedades terminológicas que se le pueden objetar y de las que ya se hablado anteriormente, se amplificará significativamente a partir del momento en el que Facebook llegue a los dispositivos móviles, a través de los *smartphones*. Se trata de un aspecto que se abordará más adelante y que redundará en las ideas de ubicuidad e hiperconectividad, que sin duda marcan la relación de los jóvenes con las tecnologías de la información.

En cuanto al tipo de actividad que se desarrollan una vez dentro de a red social, la gran mayoría rechaza contenidos de demasiada exposición, en los que se den a conocer demasiados aspectos de la personalidad. Si bien también reconocen que amigos o contactos suyos lo hacen habitualmente.

*Y es cierto, porque soy muy mala, entonces cuando yo tengo X personas en el Facebook, que es para reírme de ellas. Pero no para reírme ni nada, sino... ¿Pero cómo cuelga estas fotos? O sea, “Yo y yo misma”, “Yo en el espejo”, “Yo pensativa” y es como... ¿Por qué lo haces? ¿No tienes vida? ¿No sales? O sea, ¿Estás todo el día haciéndote fotos? No sé, a mí esa gente... O sea, esas fotos... (i7)*

Hay que tener en cuenta que Facebook ofrece diversas posibilidades: aparte de compartir fotografías, comentarios o enlaces existe la posibilidad de *chatear*, de anunciar eventos, participar en concursos o incluso de jugar a juegos *online*. En este aspecto hay mayor diversidad de criterios, incluso la posibilidad de seguir noticias, atendiendo a las publicaciones de los medios de comunicación a través de esta red.

La mayoría de ellos se confiesa más reactivo que proactivo a la hora de publicar

contenidos en Facebook. Esto es, prefieren expresar sus preferencias o gustos a través del “me gusta” o “compartir”<sup>11</sup>, antes que publicar ellos mismos cualquier contenido.

Uno de los jóvenes manifiesta que por medio de sus publicaciones trata de ser “corporativo”, teniendo en cuenta de que en el momento en que se realizó la investigación trabajaba a tiempo parcial en una radio local. Se trata del joven estudiante de Periodismo, que está especialmente familiarizado con las tecnologías de la información y que se muestra particularmente activo en las redes sociales. Para él también resulta ser una forma de llamar la atención desde el punto de vista profesional.

*Soy muy corporativo. Por ejemplo, (...) cuando voy a hacer un programa, pues “Hoy voy a entrevistar a tal” o “A las siete vamos a transmitir el CAI Teruel”. Comparto cosas que o que me interesan o que le interesan a gente de mi alrededor, por ejemplo... Además, yo hago publicación propia de temas que me parecen interesantes que lo sepa la gente o que me interesa que lo sepa la gente... No particulares o privados privadísimos, y si hay algo que me gusta de alguien lo comparto. Dar “me gusta” sí, sí hay algo que me gusta o que comparto, pues le doy al “me gusta” y esto, ¿no? Depende más bien, porque hay veces que igual me gusta y... Es que eso también es muy... Que no está muy especificado, ¿no? Estaba mirando a ver pues qué he compartido... De la comisión de fiestas del pueblo, “pues vamos a hacer tal”, pues lo compartes. O la foto de portada, le doy a compartir la foto... (i4)*

En cuanto al resto, en líneas generales prefieren expresar sus opiniones de forma reactiva, ya siendo compartiendo o sugiriendo “me gusta” a otras publicaciones, incluso comentando en las publicaciones de terceros. Quizá una razón por la que prefieran no ser especialmente activos en que subyace en muchos de ellos cierto temor a la sobreexposición. Un temor que manifiestan abiertamente varios de ellos.

---

<sup>11</sup> Por medio del “me gusta” se indica que la publicación de otro usuario les ha gustado y por medio de “compartir” aparece en el propio muro la publicación de otro usuario de Facebook, con el sentido de hacerse eco o sumarse a la publicación en cuestión

*Date cuenta del riesgo que estamos ocurriendo (sic) a todos, a todos los humanos, tú date cuenta que pones tu perfil y lo puede mirar cualquiera. O sea, no te das cuenta si tú, si te encuentras una persona por la calle y te dice, “Oye, ¿Tú cómo te llamas?”. Y no le vas a decir cómo te llamas. “¿Y cuántos años tienes?”. Y no le vas a decir, pero claro, en el Facebook, pues tú apareces en una página y otros “Pues entra” y “Este es fulanita” y tal y tal. Y las fotos... Yo creo que es un riesgo lo del Facebook. (i5)*

*No, además, es que es eso, es que es un arma de doble filo, igual que tú te enteras de la de todo el mundo, también se pueden enterar de tu vida. Entonces yo en el Facebook pongo hasta donde quiero que la gente se entere. Ni más ni menos. O sea, yo sí que en imágenes sí que pongo... Igual que en imágenes sí que pongo más fotos o lo que sea, pero yo qué sé, pongo fotos de... Y ninguna comprometida ni, siempre con mis amigos... En ninguna foto salgo fumando, o sea, en ninguna. Pues porque no, porque no quiero que la gente... O sea, que, pues, no sé... No sé, ¿No? (i7)*

Si bien todos son conscientes de los riesgos que pueden entrañar esta exposición a través de Facebook, también en algún caso (i3) reconocen que expresan sus opiniones sobre diversos temas, aunque con cautela. Incluso otro joven (i4) recuerda haber generado una pequeña polémica sobre un comentario negativo sobre el partido político Podemos, lo que provocó el rechazo (e incluso el insulto) de algunos adeptos al mismo. La expresión de opiniones, por lo tanto, parece obedecer más a la propia personalidad del joven en cuestión que a la tecnología o la red social en sí.

Sea de una forma más o menos explícita, Facebook como el resto de redes sociales, resulta un cauce por el que los jóvenes escriben su identidad *online* (Boyd en Reig, 2013: 68), ya sea por sus gustos musicales, su identidad sexual o su opinión por los más variados temas.

## 6.5. Otras redes sociales

Tal y como se ha podido comprobar en el capítulo anterior, el nivel de penetración del resto de redes sociales resulta ser sensiblemente inferior al de Facebook. Porcentualmente, tras Facebook y Tuenti se encuentra Twitter. Una red de mensajería instantánea o microblogging a través del cual se pueden enviar mensajes cortos (de hasta 140 caracteres) que nació en 2006 y que desde entonces ha alcanzado una notable difusión en todo el mundo.

A diferencia de lo ocurrido con otras redes sociales o aplicaciones, las actitudes de los jóvenes entrevistados ante Twitter resultan diversas. Como ya se ha comentado anteriormente, uno de ellos (i8) rechaza de plano este tipo de redes, si bien las conoce y son familiares en su entorno. En el caso de otra joven (i7), también se manifiesta totalmente contraria, teniendo una opinión especialmente negativa de ella (*“Twitter es más gente poniendo tontadas”*), además de que la asocia con la toma de postura pública o dar a conocer sus ideas, algo a lo que se opone claramente.

En cuanto a otros dos jóvenes (i1 e i6), no se sienten atraídos. En el primer caso ni siquiera recuerda haberse abierto una cuenta. En cuanto a i6, en su día llegó a hacerlo, si bien cuando se dio cuenta de cual era el funcionamiento y en qué consistía dejó de utilizarlo, casi automáticamente.

De entre los usuarios habituales de Twitter, en dos casos (i3 e i5) comentan que su actividad es más bien escasa. A pesar de mostrar cierto interés en implementarlo e incluso en buscarle una aplicación para su establecimiento turístico, en el momento de realizar las entrevistas i3 reconocía no haberlo utilizado en los últimos tres meses. De hecho su actividad se reducía a retuitear algunas publicaciones turísticas.

En cuanto a i5, su actividad se reducía, según sus propias palabras, a seguir las cuentas oficiales de futbolistas, cantantes y otras celebridades. A diferencia de lo que ocurría con Facebook, donde manifestaba una gran actividad, en el caso de Twitter su interés era mucho menor.

Por su parte i2 comentaba una mayor producción de mensajes, encaminados igualmente a la interacción con personajes famosos. Si bien reconocía no seguir a ninguno en especial, sí que lo hacía con la cuenta oficial del Real Zaragoza, dado que una de sus grandes aficiones es el deporte, en especial el fútbol.

*¡Ah! Pues mira, que puedes seguir a gente y no sé qué, a famosos... más como a famosos que a gente, como más a famosos, ¿Sabes? Y me lo descargué y tampoco te creas que sigo a ningún famoso... Sigo al (Real) Zaragoza, para ver cuando juega, que miro como lo van poniendo minuto a minuto y eso, tampoco... Y hay cosas que son graciosas que ponen... Que es verdad que son graciosas (...). ¿Sabes cuándo escribo? Ahora ya no escribiré. Los jueves cuando estaba lo de "Tu cara me suena", porque la Marta Sánchez me pone mala, para eso, para ponerle cosas, porque es que me pone mala. Mala. Bueno y mira, que ayer que le escribí, le puse a Iniesta, que le puse... para nada porque luego no lo leerán (i2).*

La posibilidad de interacción que ofrecen estas tecnologías de la información, especialmente Twitter, suponen una novedad que redibuja la forma en la que los emisores se relacionan con los receptores a través de medios como la televisión. De este modo, estas nuevas tecnologías permiten a los receptores, poder manifestar directamente sus opiniones sobre los mensajes o la forma de actuar de los emisores, superando las restricciones que Thompson (1998: 133) describió para lo que él denominó *casi-interacción mediática* en la época predigital. Antes de que se dispusiera de la eficacia y la inmediatez que han supuesto las redes sociales los emisores podían determinar el transcurso y el contenido de sus programas sin tener prácticamente en cuenta a la audiencia, los receptores (ob. cit.). Con las posibilidades que le ofrece

Twitter, i2 podía criticar abiertamente la postura de alguna de las participantes en uno de sus programas favoritos.

*Los jueves a la Marta Sánchez que la fundía... es que me pone muy nerviosa. Y eso ayer porque escribí al Iniesta porque se pegó un partidazo que para qué (i2).*

El joven más activo, según sus propias palabras, es i4, precisamente quien tiene un mayor interés y actividad en las distintas redes sociales. No obstante concibe una forma diferente de gestionar su perfil de Twitter con respecto al de Facebook.

*Es distinta, en Twitter es como más de amigos o más de... Esto como son 140 caracteres. Yo lo veo siempre más informativo, aquí lo veo tanto. También es gente que con el Facebook, en Twitter, cuelga constantemente lo que está, lo que está haciendo. Y entonces esto, por lo de la radio, lo utilizo más como tema informativo, "Pues el CAI Teruel ha fichado a tal". O "El Teruel, le retrasan el partido" o "Néstor Pérez no va a seguir" o "A las tres empezamos Aragón Deporte y hoy tenemos a no sé quien". Más corporativo. (i4)*

Un aspecto interesante, nuevamente, tiene que ver con la redefinición de la distancia, tal y como estamos observando a lo largo de la investigación. En este caso tanto i4 como i8, el primero con vínculos familiares en una pequeña población de la provincia de Teruel y el segundo como residente en otra de unas características similares, aseguran que los jóvenes de ambos pueblos se conectan a Twitter de igual modo que los de la ciudad, que utilizan esta red social con total y absoluta naturalidad. Esta nueva dimensión de la distancia será tratada, no obstante, más específicamente en un capítulo posterior.

Twitter, por lo tanto, parece merecer una atención diferente a Facebook en los jóvenes observados, lo que guarda relación con las encuestas de utilización de las que se hablaba en el capítulo 4. A pesar de ello, se trata de una red social igualmente muy

conocida y utilizada cada día por cientos de millones de personas en todo el mundo. Entre ellos un buen número de jóvenes de entre 20 y 30 años.

Un aspecto común entre los jóvenes investigados es que, a pesar de que no reconocen formar parte de aquellos que “retransmiten” su vida, sí que son conscientes de que muchos otros, incluidos personas que se encuentran en sus respectivos círculos, lo suelen hacer. Una actitud que no comparten, cuando no censuran abiertamente.

Relacionado con Twitter y con esta retransmisión de la vida, Susca (2012: 105) habla de los *tuits* como escrituras electrónicas del cuerpo, se encuentra la realización de *selfies* o autofotos, habitualmente publicados a través de esta red. Esta práctica, cada vez más habitual, se ha calificado como una forma de presentar el yo ante uno mismo y ante los demás, al tiempo que los cuerpos quedan inscritos en todas las plataformas y pantallas (Lasén, 2012: 260). Antes de que se generalizase, adquiriendo incluso un sentido comercial (con la popularización de la venta de *palos para selfies*) o turístico, se había extendido su realización por parte de jóvenes. “*Extender el brazo apuntándonos con el móvil, ponernos delante de un espejo con la cámara o el móvil*” (Lasén, 2012: 254).

Ninguno de los jóvenes entrevistados admite realizarlos habitualmente, más allá de alguna que otra ocasión, en tono festivo, junto con otras personas o familiares (especialmente i2 e i3). Sin embargo, muchos de ellos conocen a personas en su entorno que los suelen realizar. Paradójicamente, mientras en algún caso se cree que este tipo de prácticas se asocia a personas más jóvenes (i2), otros las relacionan con personas más mayores (i4). No obstante, los discursos más habituales son los que relacionan los selfies frente al espejo con un momento de la adolescencia o de la primera juventud.

*Yo creo que es la etapa, ¿No? O sea, más que gente más pequeña o más mayor*

*que yo, es la edad. Yo creo que desde los 16 y hasta los 18 ó 19 la gente está muy tonta. Porque mis amigas lo han hecho, o sea, gente que tiene mi edad se han hecho fotos de esas. Ahora ya no, pero se las han hecho. Mi prima que está en toda la edad del pavo, tal, pues también se las está haciendo ahora. Yo creo que más que eso es la... Y luego si evolucionas o no evolucionas. (i7)*

En todo caso, sí que entienden que existe una forma diferente de mostrarse en las autofotos o *selfies* por parte de los chicos y las chicas, aunque el ánimo de unos y otras sea el mismo: exhibirse. A la vista de algunos de los jóvenes investigados, los roles de los chicos y las chicas tienden a ser diferentes en la forma en la que estos se exhiben en sus autofotos. En el caso de las chicas las imágenes estarían asociadas a fotos *glamurosas*, incluso *sexis*, mientras que los varones optarían por una imagen que resaltara los músculos o la fortaleza.

*No, yo creo que lo hacen más las crías, ¿no? Yo, no sé, porque yo veo a las crías de 14 ó 15 años que sí que se hacen fotos como dices tú. O los críos, también, que dices también posando (...). Los chicos en plan... (cachas). Pero al fin y al cabo los dos quieren... que se les vea que guapos que somos o que... un poco eso. (i2)*

*Pues como que parece que se... Que quieran ligotear o mostrar una cara allí para que todos le alaben o no sé, buscarle el gusto (...). (Los chicos) igual más chulesca, en plan... “Aquí estoy yo”, pero prácticamente buscando lo mismo, que les eleven la moral o algo. (i3)*

*Sí, un poco para... autoconvencerse, ¿no? De mira qué cachonda estoy o mira que macarra soy o mira lo guacho que soy, ¿no? Y como creo que la gente no lo sabe lo suficiente o como que tengo carencia de ello o no estoy convencido, pues lo voy a hacer para que yo me convenza y para que la gente lo vea, ¿no? (i4)*

*Yo creo que en ambos es provocar, ¿No? Que es... Yo creo que... Bueno, no sé, ¿Eh? Porque los hombres es “Mira que bueno que estoy, que musculado estoy” y*

*las mujeres es más que “Mira que buena”, “Mira que mona, ¿No?”, “Mira que...”. (i7)*

Esa intencionalidad sexual que subyace en las autofotos y que los jóvenes identifican también ha sido descrita por Lasén (2012: 268). Esta investigadora habla de que a través de las autofotos se produce una *autopornificación* con la que se experimenta tanto con el propio deseo como jugar con el deseo que se despierta en los demás.

Volviendo al resto de redes sociales y al margen de *selfies* y autofotos, el resto de ellas tienen una mayor incidencia y, de hecho, prácticamente no son utilizadas, al menos en el momento en el que se realizaron las entrevistas. Algunos de los entrevistados, sin embargo, sí modificaron su actitud con posterioridad, como es el caso de i4, que meses después se abrió una cuenta en LinkedIn.

## **6.6 Ordenadores portátiles**

Hasta ahora se ha repasado la forma en la que se han ido incorporando los dispositivos tecnológicos, plataformas o aplicaciones en la vida de los jóvenes a través del tiempo, siguiendo un recorrido más o menos cronológico. Si bien en la mayoría de los casos los ordenadores entraron en los domicilios de la mano de los dispositivos “de sobremesa”, con posterioridad aparecieron los ordenadores portátiles, que ofrecerían una dimensión diferente a la forma en la que las personas se relacionan con la informática y se conectan a Internet.

Siete de los ocho jóvenes (nuevamente todos a excepción de i8) disponen de ordenador portátil y reconocen en la mayoría de los casos utilizarlo muy habitualmente. En el caso de i8, que como ya se ha visto anteriormente, no muestra en principio ningún interés por la tecnología, no cree necesario disponer de este elemento tecnológico, porque quien más utiliza el ordenador (de sobre mesa) es su hermana pequeña.

*No ves que solo lo utiliza la pequeña y la pequeña sí que lo tiene casi todo el día o todo el día enchufado. Si no con música haciendo algún trabajo o eso. O mirando lo que tenga que mirar, pero... (i8)*

El ordenador ocupa un espacio central en la casa, en el comedor, junto al teléfono, si bien el joven apunta que el lugar donde la familia hace más vida en la casa es otra dependencia (el cuarto de estar). Nuevamente la ausencia de este elemento no supone la ignorancia de su existencia o utilidad, puesto que el propio protagonista comenta como dos amigos suyos (uno periodista y otro ingeniero), ambos trabajan fuera de su pueblo, regresan a él habitualmente con sus ordenadores portátiles, bien para trabajar, bien para utilizarlo de forma lúdica.

Al mismo tiempo, el entorno informático no resulta extraño para él, puesto que en su trabajo como mecánico sí que es habitual que lo utilice, incluso Internet.

*En el taller sí que a lo mejor, sí que para buscar algún desmontaje o alguna pieza, eso sí que lo, sí que lo usas, con una página que tenemos ahí de Citroën. Y a lo mejor si hay poca faena y eso, como también les obligan que tengamos al año hechos, no sé cuántos cursillos son, que los haces por Internet, unos cursillos así rapidicos. Allí sí que eso, buscar piezas y desmontajes e historias. (i8)*

En cuanto al resto, todos han adquirido un ordenador portátil. Un elemento que resulta curioso es que la mitad de ellos lo adquirieron por sus propios medios, aunque no se encuentren independizados económicamente o no trabajen. De hecho, de todos los jóvenes que se compraron ellos mismos el ordenador portátil (i1, i2, i3 e i5) tan solo i1 trabajaba habitualmente en el momento en el que lo hizo. Después de pensar en adquirirlo durante varios años, al final lo compró en el año 2012.

Por su parte, i2, aprovechó el verano en el que estuvo trabajando, con 19 ó 20 años,

para, con los ahorros que logró reunir, comprárselo. También fue pionera en ello i3, que recuerda habérselo comprado a mediados de la pasada década.

En cuanto a i5, su caso resulta diferente. El primer ordenador que llegó a su casa de Marruecos también lo compró él. A pesar de ser el segundo de cinco hermanos fue en él en quien recayó la iniciativa de introducir la tecnología en la casa. Más adelante ha podido comprobar como su padre, que prácticamente no tenía estudios y que comenzó a familiarizarse con los ordenadores después de él mismo, hoy en día ya ha logrado *manejarse* con el ordenador.

Tras su viaje a España, i5 recurrió a los locutorios para establecer contacto con su familia y amistades de Marruecos, hasta que, aproximadamente en 2010, dos años después de su llegada a Zaragoza, comprarse nuevamente un ordenador, en esta ocasión portátil y, como ya había hecho la primera vez, de segunda mano.

En el resto de casos (i4, i6 e i7), los ordenadores fueron adquiridos por sus padres. Mientras en el caso de i4 estaba destinado a toda la familia y él se *adueñó* de él, i6 e i7 su portátil se compró para ellas.

El hecho de que el ordenador portátil se asocie tan directamente a la personalidad del joven, hasta el punto de que se convierte en una inversión de ellos mismos, parece consagrar la idea ya sugerida anteriormente, entre otros por McLuhan (1996) o Carr (2011), de que se trata de la extensión de nuestros sistemas nerviosos centrales e incluso de nuestro cerebro (Kerckhove, 1999). El ordenador portátil emerge como un elemento mucho más personal.

Una vez que se procede a la apropiación, entendida como adaptación de los medios o Tecnologías de la Información y el Conocimiento a sus propias necesidades, partiendo de la definición de Morales (2011: 142-143), los jóvenes convierten este nuevo

dispositivo en el centro de su actividad informática. De hecho, en cierto modo también los testimonios que nos aportan nos hacen poner en cuestión la idea misma de la cultura de la habitación, de la que habla Livingstone (2007) y a la que nos hemos referido con anterioridad.

El portátil centraliza todo tipo de actividades de ocio, de carácter informativo e incluso también de trabajo. El ordenador, en este caso portátil, viene a representar la unificación entre el mundo del ocio y del trabajo en un mismo elemento. Ya a mediados del siglo pasado se planteaba la diversión como prolongación del trabajo (Adorno y Hockheimer, 1998: 181), o como forma de ganar espacio de trabajo para dedicarle al espectáculo (Debord, 2005: 47-48). El ocio, por lo tanto, se situaría en los márgenes de la propia producción industrial y reproducción social (Susca, 2012: 182-183). El rol que desempeña el ordenador se presenta para Manovich (2005: 172) como una de las diferencias entre la sociedad industrial y la sociedad de la información, puesto que en la segunda trabajo y ocio *“suelen implicar las mismas interfaces de ordenador”*.

Este aspecto central del ordenador portátil como dispositivo aglutinante de funciones, puede convertirlo en cierto modo en una suerte de *caja negra*, donde convergen anteriores medios, una idea que no comparte Jenkins (2008), como ya se expuso en el capítulo 2. Para el investigador norteamericano lejos de existir un único dispositivo en el que converjan los anteriores, cada vez hay un mayor de elementos tecnológicos a nuestro alrededor.

Sin embargo, de las experiencias de los jóvenes investigados sí que se desprende que estos elementos adquieren un mayor o menor protagonismo en función de las posibilidades que ofrecen y, sobre todo, de cual es el ecosistema tecnológico en el que estos se desenvuelven.

Esto es, depende fundamentalmente de cuál es el resto de elementos tecnológicos del que disponen y aquí, forzosamente, tenemos que volver a la idea de Hine (2000) de que nos encontramos ante una construcción social que se va formando con su uso. El ordenador portátil, que en muchos de los casos que hemos podido ver, responde a un impulso del propio joven (así se manifiesta a la hora de adquirirlo, bien sea comprándolo directamente o incluso apropiándose un dispositivo destinado a toda la familia), pierde la centralidad en poco tiempo, ante la llegada de otros elementos, como se verá más adelante.

El hecho de no disponer de un smartphone o de otros dispositivos, como las tablets, como decimos, supone que este sea un elemento tecnológico central, a través del cual realizar numerosas actividades.

*Pues ahora mismo eso, lo que hemos hablado de información de actualidad, para enterarme de ocio, tanto de ocio como información de lo que va pasando en la comarca o en Aragón o en el mundo y tal. Eso, lo que hemos dicho para mirar cosas que me interesan, para saber más... Para escuchar música también, ver películas... El skype también alguna vez, también lo empleo...*

*Y eso, y también ahora lo estoy empezando a emplear también para llevar cosas de papeleo, de contabilidad... (i1)*

Este joven (i1) era el único de todos los investigados que, en el momento de realizar las entrevistas, no disponía de un *smartphone* u otro dispositivo similar. Por ello, las actividades que en muchos de los casos se realizan a través de los teléfonos de última generación él todavía seguía haciéndolas por medio del ordenador portátil.

Uno de las funciones que tiene mayor interés para algunos jóvenes entrevistados es la utilización del ordenador como fuente de información, a través de Internet. Uno de los casos más claros es el de i5, que reconoce utilizarlo muy habitualmente para informarse tanto sobre lo que ocurre en Zaragoza y Aragón como en su Marruecos

natal. En su largo periplo por diferentes pisos y estancias compartidas, hasta que al final pudo alquilarse una casa para él solo, el ordenador portátil le acompañó constantemente. La posibilidad de informarse y de poder ver películas o escuchar música a través del ordenador facilitó incluso que careciera de televisión en su piso. Sin embargo, una pequeña avería en el ordenador cambió la situación. A partir de ese momento se encontró en cierto modo desasistido. Tal y como expresa Clarck (2003: 11), la falta o ausencia de la parte tecnológica con la que se complementa nuestro cerebro, ya sea por avería, por falta de batería o por quedarnos sin cobertura, puede ser interpretada como un modo de derrame cerebral. Un aspecto sobre el que profundizaremos más adelante, cuando se aborde el papel que desempeñan actualmente en los jóvenes el teléfono móvil, principalmente el *smartphone*.

*Yo la verdad, qué quieres que te diga, porque hasta hace poco, hasta hace dos meses, tuve el ordenador, te miento, yo el ordenador hasta el día que pasó lo que le pasó (avería), aún estaba enganchado, entonces no tenía la tele.*

*El ordenador es que tuve la costumbre, ya te digo, o sea, insisto, yo siempre que he compartido piso, o sea, con la gente, yo siempre prefiero estar en la habitación dentro, tener el ordenador encendido pues, pues igual no estoy haciendo nada, pero tengo los cascos aquí o si no los altavoces y estoy escuchando música. O igual pues... Date cuenta que igual me sale, pues yo qué sé, pues esta empresa, ¿No? “Kirón”. Yo no sé lo que es, pero vamos, se supone que de muebles, ¿No? Pues entonces igual que me pongo, “Kirón”, a ver que es eso... (...). La verdad que siento de que me falta algo. Y yo la verdad siempre he sido, para el ordenador siempre he sido muy... Que me gusta, ¿No? Yo prefiero estar en el ordenador que ver la tele. (i5)*

El ordenador portátil también cumple un rol de centro de entretenimiento, aparte de apoyo a a la hora de realizar trabajos de tipo académico en el caso de otra de las jóvenes investigadas, que durante el curso escolar vive en una residencia estudiantil en Barcelona. La presencia del ordenador, donde puede escuchar música o ver series o

películas, también ha provocado que renuncie a disponer de una televisión en su cuarto.

*Y ahora que estoy en Barcelona cero (ver televisión), cero porque en Primero, bueno, ya te he dicho que estaba en una residencia y no teníamos tele en la habitación. Mucha gente se puso tele o con el ordenador se veía sus series o eso, pero yo ya te digo que ni me puse tele y si bueno, tenía que ver alguna serie, de vez en cuando, pues buscaba en el ordenador o alguna película, pero no era lo habitual. No era diario ni nada. Entonces pues tele, pues durante todo el curso no la vi, y pelis pues, yo qué sé, vería una al mes, una o dos al mes. No veía más. (i6)*

No obstante, la dependencia del ordenador portátil no se manifiesta de forma uniforme entre todos los jóvenes investigados. De hecho, como ya se ha apuntado anteriormente algunos relacionan directamente el hecho de disponer de otras tecnologías (*smartphones, tablets, etc.*) o sentirse más familiarizados con ellas con el hecho de relegar a un segundo plano al portátil.

Otro elemento a tener en cuenta es la funcionalidad que se le otorga a cada elemento tecnológico, para otra joven (i3), por ejemplo, el ordenador, en este caso todavía el de sobremesa, supone una *inversión*, ya que de él algunos aspectos directamente relacionados con el negocio que administra. En ese sentido, también se encontraría, como se ha tenido ocasión de comprobar, el testimonio de i1.

La dependencia tecnológica, que se abordará igualmente en un capítulo posterior, varía por lo tanto de la función que se le otorga a cada elemento tecnológico en cada momento.

*(...) yo por ejemplo llevo sin ordenador dos meses y no me ha pasado nada. Mi hermano, sin embargo, está todo el día con la Play, con el ordenador... Yo con el Whatsapp (i7).*

En otros casos (i2, i4) se reconoce abiertamente esta modificación de hábitos motivada por la entrada en escena de nuevos dispositivos. En el caso de i2 el *smartphone* ha provocado que prácticamente ya no utilice el ordenador portátil. Por su parte para i4 tanto la *tablet* como el *smartphone* han sido directamente responsables de que el portátil pasara a un plano secundario.

En cuanto a la interpretación del ordenador o incluso Internet como extensión del cuerpo humano, más concretamente del sistema nervioso central o del cerebro (Kerckhove, 1999), algunos de los testimonios lo reconocen abiertamente. En el caso de i1, sus actividades habituales se vinculan al sector primario. Viviendo en un lugar tradicionalmente alejado de los centros industriales, a pesar de que su pueblo, en el Sobrarbe, no dista de las capitales comarcales (Aínsa y Boltaña), recuerda que es necesario disponer de conocimientos técnicos para realizar arreglos tanto en la propia casa como en la maquinaria con la que trabajan habitualmente. Él mismo comenta como existe una notable diferencia entre la capacidad de su padre para realizar este tipo de trabajos. Sin embargo, ha encontrado una solución gracias a Internet.

*Es una pasada. Cualquier cosa que se te ocurra. Rara es la cosa que no esté y eso, si no es en el youtube, que es rarísimo que algo no se te ocurra, no esté o en un foro o en una página o en donde sea. (...). Es para lo que más utilizo últimamente Internet. Ahora eso, ahora no tengo programa en el ordenador de descargar nada ni tengo programa de copiar CDs, ni... Es para lo que más utiliza el ordenador ahora, para eso, para información. (...). Sí pero cosas relacionadas con el trabajo, o sea de todo, desde cosas relacionadas con el trabajo a cualquier cosa que no tengas ni idea, ¿Sabes? En plan... “Hostia, que tiene un problema la nevera. Oye, me voy a meter aquí a ver qué eso, a ver si va a ser una tontería y no tengo que... ¿Sabes? Cosas así. (...). Sí, pues un ejemplo claro, estaba hasta los cojones de un Megane que tenía y que le saliera un chivato. Pues nada lo miras en el libro, que si la electroválvula de no sé qué, de los aires de circulación y tal... Pues nada, que vaya al taller. Te lo cogen, “Huy, pues esto hay que*

*enchufarlo al ordenador, venga. ¡Ah! Pues es tal, la válvula, venga, pues la cogemos, la limpiamos... Ah pues es que esto se ensucia habitualmente...”. La vuelven a meter y al cabo del rato pues se vuelve a ensuciar. Y así un montón de veces, ¿No? Hasta que ya hasta las cojones digo “Joder”, no es mucho dinero cada vez pero “Hostia”, una mierda de pieza que vale nueva pues 400 ó 500 euros. Y ya cansado de... que no se tiene que ensuciar esto tan a menudo... Pues oye, venga, Internet, válvula tal tal, pero te empiezas a enterar ahí de cosas y cuenta, como es un problema tan común ahí la gente... un repertorio que pa qué. Pues total que al final eso, al final coges, sin conectar al ordenador que eso ya no es si es que te miente el del taller o que no tiene ni puta idea de electrónica y coges tú, me fijé como lo habían hecho y tal... la limpié, la pongo y el coche arreglado, no ha vuelto a dar problemas y el chivato se va, no ha hecho falta conectarse al ordenador ni hostias.*

*Y claro, te puedes enterar de cosas muy útiles. Sí, sí, una pasada.*

*Es una pasada. Nosotros no tenemos antena de tele, de televisión. Cuando aquello de... de como era, de (cambio a la TDT), esto, bueno, si era vieja tenías que poner cacharro, ¿No? Pero si era de estas nuevas... Pues claro, como teníamos una antena de estas viejas, pues claro que ya no valían, tal y no sé qué un día, no sé si me lo pasó un colega o qué, un folleto “Cómo hacerte una antena casera”. Y total que solo era una tontería, que era coger el cable de la antena, pelarlo no sé cuantos centímetros, doblarlo de la forma tal y ponerlo y coño, que con eso ves todo. (i1)*

Este tipo de experiencias nos recuerdan el papel de Internet como gran cerebro vivo y colectivo (Kerckhove, 1999: 82), en el que se comparte el conocimiento de millones de personas. Al mismo tiempo, también nos evoca las modificaciones que está experimentando el cerebro humano, como señala Carr (2011), recordando experimentos e investigaciones que lo demuestran empíricamente, al adaptarse a estas tecnologías. Del mismo modo que en la Grecia antigua se suscitaron debates por los posibles efectos que pudiera provocar en la memoria de los humanos la escritura, McLuhan (1992: 62) se refirió al entumecimiento y autoamputación que estas

extensiones podrían provocar en los sentidos del ser humano, también en estos momentos se plantean problemas similares al popularizarse la búsqueda de soluciones a través de Internet. Problemas que en muchos casos se relacionan con alteraciones de la actividad cerebral al llevar a cabo búsquedas en la red (Small en Carr, 2011). Un asunto que merecería una investigación diferente, como las que ya se están realizando desde el ámbito de la neurociencia.

En todo caso, a cientos de kilómetros del Sobrarbe, en otra localidad montañosa, otro de los jóvenes, precisamente el que manifiesta menor interés por la tecnología (i8), reconoce, no obstante, haber utilizado Youtube en alguna ocasión para buscar consejos que pueda aplicar en el montaje de motores. Tal y como ocurre con i1, se trata de una forma de apoyar la actividad de su familia, dedicada a la agricultura y ganadería, con la que colabora cuando se encuentra en su localidad de origen, especialmente en fines de semana y periodos vacacionales.

*Monté un motor en la aventadora, monté un motor eléctrico y tenía un motor de lavadora y no sé qué y como era de lavadora sí que vi algún vídeo en el youtube para ver cómo y qué utilidad le daban y cómo lo conectaban, porque no sabía bien los cables como... Porque llevaba seis cables y a ver cómo iban las velocidades y eso. Eso sí que veo algún vídeo. (i8)*

Se trata de los ejemplos más claros de utilización de los denominados *tutoriales* de Internet, específicamente de Youtube. Una herramienta que otros jóvenes conocen. Incluso en el caso de i7, a pesar de que confiesa haberlos utilizado en alguna ocasión, manifiesta cierto rechazo a ellos, por ejemplo, aquellos en los que aparecen jóvenes sudamericanas maquillándose o peinándose. Sin embargo, no se trata de una muestra de racismo o rechazo hacia estas jóvenes, ya que entre su círculo de amistades se encuentran personas de varias nacionalidades, incluidas una joven latinoamericana, sino por el hecho de que se centren precisamente en una actividad que ella considera

superficial.

Se trata de una muestra más de lo que supone la cultura de la colaboración, que se relaciona asimismo con la ética *hacker* y a la forma en la que surgió Internet, impregnada por la efervescencia política que se vivía en las universidades norteamericanas en los años sesenta y setenta del siglo XX, como recuerda Castells (2006: 46). La cultura de la colaboración como elemento verdaderamente revolucionario de la cultura digital (Casacuberta, 2003: 11). Una cultura de la colaboración a la que también se refirió Jenkins (2009), en su caso centrado más específicamente en el fenómeno de los fans.

Esta cultura de colaboración, a través de la interacción a la que se da lugar a través de las tecnologías de la información, surge, para autores como Lévy (2004: 20), la inteligencia colectiva, repartida en todas las partes y en la que nadie sabe todo, sino que todo el mundo sabe algo, un conocimiento parcial, del saber colectivo.

## **6.7. Las otras extensiones**

### 6.7.1 MP3, MP4...

Aparte de los ordenadores y de los teléfonos móviles, que merecen un capítulo especial, dada la omnipresencia de la que gozan en la actualidad, también se considera necesario abordar el alcance del que gozan otros elementos tecnológicos en la vida de los jóvenes.

Un primer aspecto que llama la atención es que el equipamiento del que se encuentran rodeados, al margen de los ya nombrados ordenadores o *smartphones*, resulta ser totalmente heterogéneo, a diferencia de lo que hemos podido ver hasta ahora.

Algunos elementos, como el MP3 o incluso el MP4, vinculados a actividades como

escuchar música (o escuchar la radio) sí que fueron utilizados por una parte importante de los jóvenes entrevistados, si bien en la actualidad reconocen que se encuentran en total desuso. Así lo manifiestan i2, i3 o i5, que dejan claro que han sido los teléfonos móviles, que permiten el almacenamiento de música (o videos) así como escuchar la radio, los que han venido a ocupar su lugar. Vuelve por lo tanto la idea de la *caja negra*. En esta ocasión, contradiciendo a Jenkins (2008), parece que sí se ha producido una cierta convergencia en un mismo medio, en detrimento de la existencia de varios para diversas funcionalidades.

En la actividad relacionada con la música también se observa una *migración tecnológica*, tal y como también se ha podido detectar en otros hábitos, como la participación en redes sociales o incluso la adquisición de ordenadores portátiles.

*Walkman yo creo que tuve varios, sí. Varios. Tenía uno negro y luego tuve uno gris Philips y Discman creo que tuve uno. Porque ya luego después de sacar el Discman sacaron en seguida el MP3. Entonces ya con el MP3 sacaron ya el MP4... que sí que me compré uno pero era un poco basurilla, porque esto es como todo, cuando sacan todas las tecnologías al principio es muy cara y peor calidad. Peor calidad, que si quieres pagar menos te tienes que ir a lo peor. Pero Discman igual también tuve un par. Tuve uno que se me rompió y luego también me regalaron otro. (i3)*

La creciente decadencia de los MP3 (o MP4) también es reconocida por i5, quien llega a plantearse la posibilidad incluso que sus conocidos de Marruecos también hayan dejado de utilizarlos habitualmente.

*Yo creo que ahora nadie tendrá ningún MP3 en Marruecos. Algunos tendrán, pero quiero decir, ahora con los móviles y tal ya no necesitas MP3 hoy en día. Pero sí que he estado también con los cascos y tienes que comprar esto y... (i5)*

Para el resto estos elementos tecnológicos no gozan de un carácter central en sus vidas en la actualidad e incluso en algunos casos pasa inadvertido a la hora de repasar los elementos tecnológicos de los que se dispone. Llama sin embargo la atención que en dos casos no se haya llegado a disponer de este dispositivo, más que por el hecho en sí por las particularidades que lo han rodeado: Por un lado se trata de i1, amante de la música, que llegó a tocar en un grupo junto con otros jóvenes de la comarca, en cierto modo se *arrepiente* de no haberlo adquirido anteriormente. Sin embargo, la ausencia de un aparato específico para escuchar música la ha suplido con el ordenador o con el teléfono móvil.

Por otro lado, i4, que se encuentra muy interesado en las tecnologías de la comunicación y al que sus amigos apodan "*el pinganillo*", porque acostumbra a escuchar la radio continuamente y, por lo tanto, es muy habitual verlo con un auricular adonde quiera que vaya. Según sus propias palabras ha pasado de escuchar "*la radio en una radio a hacerlo en el teléfono móvil*".

Ambos casos, como el resto de testimonios, vienen a relegar en cierto modo a estos elementos tecnológicos (MP3 ó MP4) a un segundo plano. Una situación agravada con la popularización de los teléfonos multimedia.

#### 6.7.2 Tablets

Mucho menos habitual entre los jóvenes entrevistados resulta la presencia de tablets. Este dispositivo se encuentra a medio camino entre el ordenador portátil y el smartphone. Dispone de numerosas aplicaciones, tanto de trabajo, ocio como de comunicaciones. Tan solo en dos casos (i3 e i4) se manifestaba en el momento en el que se realizaron las entrevistas disponer de uno de ellos. Curiosamente en el resto de los jóvenes no parecía haber ningún interés por este elemento tecnológico. De hecho, en un caso (i6) sí que se cuenta con dos tablets en su entorno familiar (la madre y el

hermano), lo cual no le ha llevado a intentar adquirir uno.

Quizá el joven con una mayor dedicación a la tablet es i4. En su caso este dispositivo, un Ipad, fue un obsequio familiar (de un tío).

*Yo evidentemente no me lo podía comprar, porque vale una pasta, pero me lo regaló un tío mío, porque se cambió la cuenta del banco y le regalaron en el banco el Ipad, a él no le iba mucho y me dijo, “mira, tú que eres periodista o vas a ser periodista esto lo tienen los periodistas, te lo regalo”. Y tengo un Ipad desde hace casi un año, desde el comienzo de curso, más o menos (...). (i4)*

Para él este nuevo dispositivo sí que ha supuesto una novedad y sí que reconoce utilizarlo muy habitualmente. Uno de los aspectos curiosos, nuevamente, resulta ser el de la *migración*, la aparición del Ipad ha provocado que se centralizaran en él muchas de las actividades que normalmente realizaba en el ordenador portátil, que ha pasado a un segundo plano.

*Sí. Me encanta, yo creo que es una herramienta de las mejores que se han inventado. Además, justamente, no es que sea Apple, pero va muy bien, ahí tienes sincronizado un montón de cosas, el portátil pasa a un lugar secundario. De hecho, yo aquí tengo el portátil y el Ipad y es impresionante pensar... Lo ves normal, ¿No? ¡Que bien estoy ahora, en la cama, mirando el Facebook o Internet y escribiendo correos! Pero es que es verdad, dices, joder, no estoy haciendo nada, estoy ahí tumbado en el cama, con el Ipad, mandando un correo, que antes estabas sentado con el portátil y parece que estabas más serio, ¿no? Pero luego lo reflexionas y dices, “Pues es lo mismo”, lo que pasa es que ahora estoy tumbado escribiendo el correo... Y te da más posibilidades que antes no existían... O viendo una serie tumbado en la cama o volviéndote a escuchar el programa de radio que tú quieres... Te abre todo ese abanico de posibilidades que antes no tenías en el portátil, ¿no?(i4)*

En la tablet dispone de numerosas aplicaciones tanto de tipo informativo (aplicaciones de periódicos y radios), como de comunicaciones (recibe y envía correos electrónicos), la conexión a redes sociales (Facebook y Twitter), Spotify, juegos, aplicaciones de resultados deportivos, etc.

Según sus propias palabras la mayor parte del tiempo que utiliza la tablet lo hace para acceder a las redes sociales, así como para consultar su correo electrónico, a lo que dedica un 60/70% del tiempo aproximadamente. El resto del tiempo que utiliza el Ipad lo dedica al consumo de programas de radio o televisión, especialmente los deportivos.

Por medio de la tablet también se ha intensificado la realización de varias tareas o actividades de forma sincronizada (multitask): escuchando música al mismo tiempo que consulta medios de comunicación y mantiene conversaciones por whatsapp, tanto con personas en concreto como a través de grupos de contactos. Para estas actividades en Zaragoza, donde vive en una residencia universitaria y no dispone de televisión en su habitación, se sirve casi únicamente del Ipad y el teléfono móvil. Cuando se encuentra en su domicilio familiar, en Teruel, sí que realiza estas actividades mientras se encuentra viendo la televisión e incluso, al mismo tiempo, escuchando la radio. En todo caso, considera perfectamente complementaria la multiactividad que desarrolla a través con el Ipad con la interacción con el teléfono móvil.

El joven turolense (i4) reconoce que prefiere no enfrentarse a la situación de no disponer de ninguno de estos dos elementos tecnológicos

*Por poder (estar sin ellos) sí, no creo que me muriera, ¿No? (...). No lo he intentado, pero seguramente vendría un amigo que me diría “Te ha llamado no sé quien, y no le contestas” o te ha llegado un mensaje y no... y no le has respondido. O mi madre llamaría a la residencia y te diría... “Oye, que te he puesto un Whatsapp y te he llamado y tal y no me respondes”. O mi jefe*

*diciéndome “Te he llamado para preguntarte no sé qué cosa o te he mandado un Whatsapp y no me has respondido, qué pasa contigo, macho”.* (i4)

Un escenario al que volveremos más adelante, cuando analicemos la presencia de los smartphones y Whatsapp en las vidas de los jóvenes, pero que recuerda a las ideas expuestas anteriormente por Bauman (2002: 148) (“cibertopos”) y Clarck (2003: 11) (la falta de conexión como “derrame cerebral”).

En el caso de i3 no se puede considerar que su actividad sea tan frenética como la de i4. Ella (i3) se compró la tablet aprovechando un viaje a Andorra, después de que, un año antes, le hubiesen regalado una a su madre. Debido a la falta de una conexión de calidad en el pueblo donde reside tan solo la utiliza en su propio domicilio, aprovechando la señal de Wifi (conexión inalámbrica de Internet) de su casa. Su principal uso es el correo electrónico. Valora la rapidez y funcionalidad que ofrece este dispositivo para ello y le facilita sus tareas a la hora de gestionar reservas o comunicaciones del establecimiento de turismo rural del que es responsable. Aparte del correo son pocas las aplicaciones que utiliza normalmente, “*ver algún vídeo o consultar alguna página web*”. A diferencia del ejemplo anterior, para otras actividades, incluidos juegos o redes sociales, utiliza el teléfono móvil. La tablet no es para ella un elemento tecnológico primordial, que utilice todos los días, de hecho, “*es que hay días que no le presto básicamente nada de atención. Si me pongo alguna vez pues que me ponga media hora, al día*”. (i3)

Una primera diferencia entre ambos parece radicar en la gran importancia que i4 otorga a la información, como estudiante de Periodismo y futuro profesional de los medios de comunicación. Sin embargo, a la hora de dedicar un mayor tiempo a la tablet no solo influyen las aplicaciones relacionadas con los medios de comunicación o las redes sociales, que resultan evidentes en el caso de i4. No en vano, él mismo reconoce que, siquiera de una forma más marginal, también utiliza la tablet para el

ocio (juegos), una actividad que la joven cincovillesa también realiza, pero con otro dispositivo.

### 6.7.3 Smart TV

El caso de la Smart TV o televisión inteligente (con conexión a Internet), todavía resultaba más minoritario en el momento en el que se llevó a cabo la investigación de campo. En ese momento (a lo largo del año 2014) tan solo tres jóvenes (i2, i3 e i6) disponían de este elemento tecnológico en sus hogares, una del ámbito urbano y dos del ámbito rural.

Resulta curioso al menos que en el caso de i2 e i6 esta televisión ni siquiera estaba conectada a Internet, por lo que no se le podían aprovechar sus funcionalidades. El domicilio de una de las jóvenes investigadas (i6) se encontraba perfectamente equipado desde el punto de vista tecnológico, incluyendo una habitación destinada a ordenadores, impresora, etc., lugar que servía de despacho a su madre, empresaria. El televisor, a pesar de ser de última generación, no se encontraba sin embargo conectado. De hecho, ni siquiera la joven protagonista supo reconocer en un primer momento la expresión *Smart TV* y solo la identificó una vez que se le aclaró sus especificaciones técnicas.

En similar situación se encontraba i2, que ni siquiera se había planteado la posibilidad de conectar el aparato receptor de televisión a la señal de Internet.

Caso contrario es el de la otra protagonista. Desde su experiencia, la llegada de la Smart TV ha generado una nueva centralidad en su domicilio. La posibilidad de conectarse a Internet desde el aparato de televisión modifica sensiblemente la forma en la que consume contenidos culturales televisivos y en este caso, de lo que se podía denominar “cultura de la habitación”, regresando a un espacio común.

Con el nuevo aparato de televisión puede acceder a aquellos contenidos que más le interesan de Internet (principalmente series, que ve por *streaming*), sin necesidad de conectar el ordenador, la tablet o recurrir el teléfono portátil. La televisión supone seguir esos contenidos desde la comodidad del sofá y con una mayor calidad técnica, al mismo tiempo de que ofrece una nueva alternativa: una televisión para no ver televisión.

*¿Pero por qué me tengo que estar tragando? encima, con el TDT más canales, pero más canales basura, entonces ¿Por qué me tengo que estar tragando, la necesidad de, cada vez que enciendo la televisión, treinta y pico canales para no ver nada, para ponerme de mala leche...? Me pongo Internet... (i3)*

Se trata de una una nueva forma de consumir la televisión. En este caso se aleja de la convergencia que planteó Pool (1983: 21), en la que un solo medio se encargaría de transmitir servicios que en el pasado llegaran por diferentes plataformas, cuya expresión estaría más cerca, a tenor de lo visto en los propios jóvenes, en el portátil, las tablets o incluso (como se verá en el siguiente capítulo) en los smartphones.

Ya hace dos décadas Gilder (1992) planteaba la desaparición de la televisión tal y como la habíamos conocido. Quizá resulte pronto para aventurar un cambio tan profundo, si bien es cierto que este nuevo dispositivo permite otra forma de entender el medio en cuestión. Así lo ha interiorizado i3, que recuerda como este nuevo modelo de consumo está siendo asumido por su propio padre.

*por ejemplo el otro día coincidió que estaba viendo un capítulo de una serie que sigo y se sentó mi padre. Nada, cuando ya llevaba la mitad, casi al final. Y es una serie que a lo largo de... me pasó cuando estaba con lo de la pierna (accidente que le obligó a estar en reposo, periodo en el que se dedicó a consumir televisión e Internet a través de la Smart TV) y me empezó a explicar un poco, no sé qué, y*

*se quedó un poco interesado por la serie. Y me dice, cuando se acabó el capítulo, ya me iba, y me dice, “Oye y no me puedes poner a mí otro”, como que el... Le digo, “Papa, que tú no tienes paciencia como para estar...” y me dice “Aha, pues déjalo para otro día”. (i3)*

De la forma en la que este nuevo dispositivo se populariza y la población se va apropiando de su uso, otorgándole una función determinada, siguiendo el planteamiento de Pinch y Bijker (1984: 27), dependerá que la televisión recupere o no el espacio central en los hogares. En todo caso, de la experiencia de la joven investigada se extrae una consecuencia clara sobre la reubicación del resto de elementos tecnológicos, dependiendo del uso que se hace de cada uno de ellos.

## **CAPÍTULO 7**

# **LAS ÚLTIMAS EXTENSIONES.**

## **LOS TELÉFONOS MÓVILES**

Tal y como se pone de manifiesto en el apartado 2.2 de la presente investigación, los teléfonos móviles, especialmente desde la aparición de los *smartphones*, se han convertido en mucho más que una extensión de nuestros cuerpos. Si para McLuhan (1996: 25-26) las tecnologías de la edad eléctrica suponían la extensión del sistema nervioso central, Kerckhove (1999: 82) defendía que Internet se ha convertido en un cerebro vivo y colectivo. Al mismo tiempo que los teléfonos móviles representan la materialización privilegiada del imaginario contemporáneo (Cabrera, 2006: 92). Con la aparición de los *smartphones* estos también asumen las funciones de cerebro vicario (Reig y Vílchez, 2013: 13), un elemento que, sin la necesidad de ser un implante subcutáneo, representa la integración entre el ser humano y la máquina, tal y como avanzara Clarck (2003: 24).

Por estos motivos parece que los teléfonos móviles, especialmente desde la aparición de los *smartphones*, son algo más que una extensión tecnológica y que, en el caso concreto de los jóvenes, adquieren una especial relevancia, como se ha ido comprobando a través de la investigación. Por este motivo se considera apropiado que dispongan de un apartado específico que analice la forma en la que se han integrado en las vidas de los jóvenes investigados.

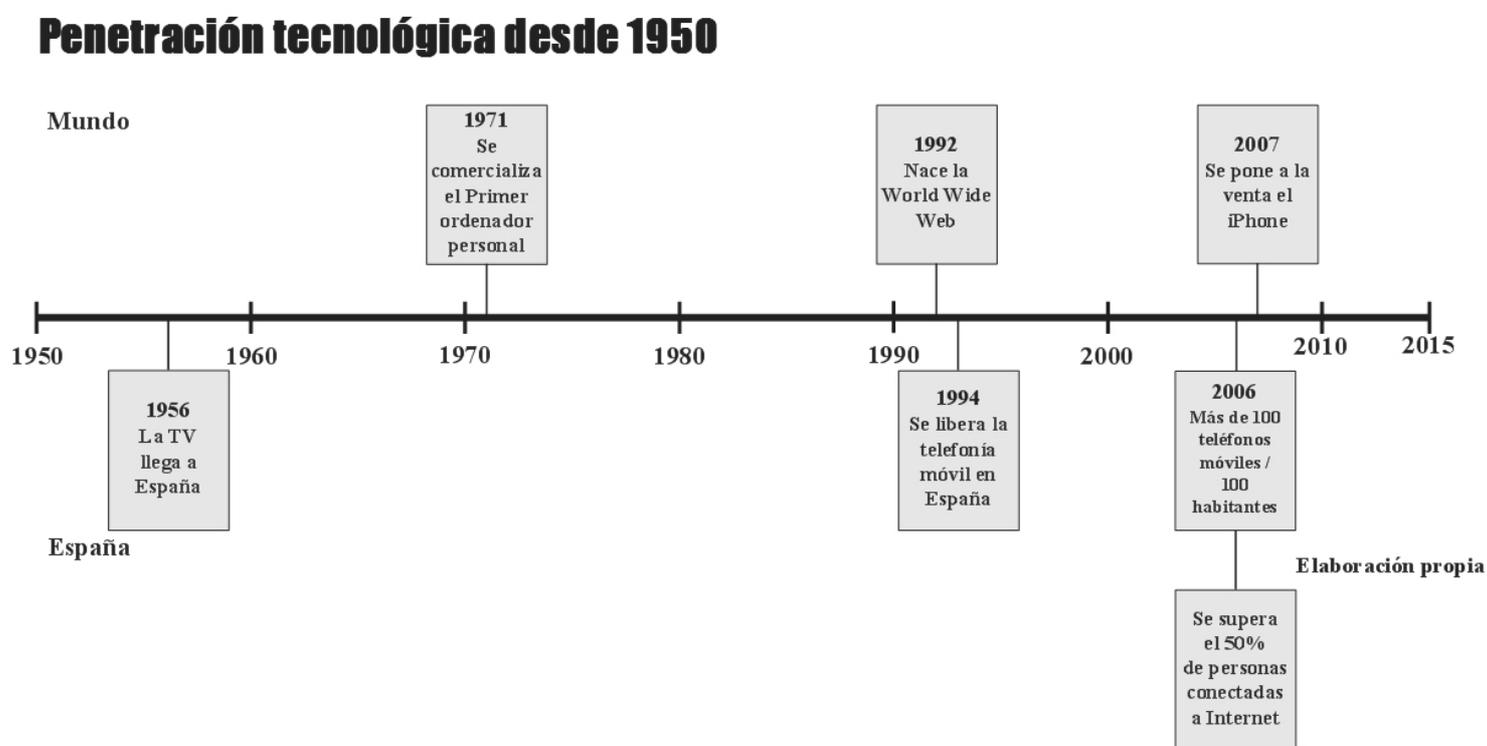
Los teléfonos móviles, especialmente los *smartphones*, han conseguido una

penetración prácticamente total entre la población en muy pocos años. Como ya se ha comprobado en anteriores capítulos, se trata de la tecnología (Pisani y Piotet, 2009: 277) que mayor penetración social ha alcanzado en menor tiempo, superando a todas las anteriores. Posteriormente la expansión de los smartphones ha logrado incluso una mayor implantación en menor tiempo que los teléfonos móviles que les precedieron. Con datos de Estados Unidos, si el teléfono de línea analógica demoró 45 años en pasar de un 5% al 50% de penetración en los hogares; en el caso de los teléfonos móviles se alcanzó esa cifra en siete años, mientras que los smartphones lograrían una penetración similar en aproximadamente cuatro años (DeGusta, 2012). Otra de las características de esta rápida expansión tecnológica es la forma en la que ha llegado hasta prácticamente todas las partes del mundo, incluso a regiones a las que tradicionalmente habían llegado los adelantos tecnológicos de forma diferente a cómo lo habían hecho en los países ricos (Íbidem).

Además de esta extensión fulgurante, la popularización de esta nueva tecnología ha supuesto numerosos cambios sociales y de hábitos, que se dejan notar especialmente en los más jóvenes, tanto si se concibe a este sector como *Digital natives*, *generación net*, como si se hace como *early adopters* de estos elementos.

Seguidamente analizaremos en qué medida se han producido estos cambios en la vida de los jóvenes investigados y cuál ha sido la forma en la que ha evolucionado su relación con ellos.

Gráfico 18. Penetración tecnológica desde 1950



### 7.1. Los primeros teléfonos móviles

Desde finales de los años noventa la presencia de los teléfonos móviles se ha multiplicado en nuestro entorno. Si en el año 2000 se contaba en el Estado español con 60,24 líneas de telefonía móvil por cada 100 habitantes, en 2013 esta cifra alcanzaba los 106,89 (Eurostat en International Communication Union, 2013). Estos últimos años coinciden con la adolescencia y juventud de la generación analizada (jóvenes de entre 20 y 30 años, nacidos entre mediados de los ochenta y mediados de los noventa). Por lo tanto, la revolución tecnológica coincide con las etapas, descritas en el capítulo 3, de paso de la adolescencia a la vida adulta, en la que se podría encuadrar a la

juventud. En esas etapas el teléfono móvil ha jugado un papel determinante, que ha ido adquiriendo un mayor peso específico en la medida en la que se ha ido desarrollando tecnológicamente, como vamos a tener ocasión de comprobar.

El primer móvil en prácticamente todos los casos se asocia a la incorporación a la educación secundaria. Así lo recuerdan prácticamente todos, si bien en dos casos a pesar de no especificar exactamente la fecha en la que adquirieron el primer teléfono, la identifican con la llegada de los 15 años (i1 e i2). Como en otros muchos aspectos, en esta ocasión no se aprecian grandes diferencias entre los jóvenes de diferentes espacios (urbano y rural) o clases sociales.

La única matización posible con respecto a la llegada del teléfono móvil a la vida de i5, no obstante, es el hecho de que no se tratase de un teléfono nuevo, sino de segunda mano, en su caso cuando todavía vivía en Marruecos. Una constante a la hora de adquirir tecnología en su experiencia y una confirmación más de la idea apuntada por Martín Barbero (2008: 30) con respecto a las diferencias sociales sobre acceso y tenencia de la tecnología.

*Luego la verdad es que todo el mundo es que yo, de mi generación, entonces empezaron a salir los móviles, como aquí en España. O sea, móviles así, del tamaño de... Y la verdad que mucha gente que estaba muy loca, cualquiera que tenga un móvil, ¿No? Entonces empezó eso de comprar un móvil y cualquier crío que es que tiene que tener un móvil, ¿No? Que tendrá 12 años y tal. Es que, no lo sé, porque claro, en aquellos tiempos, ¿Quién te va a llamar? Yo creo que llevábamos el móvil cuando teníamos doce años por llevarlo (...). Sí. Sí, porque me lo regaló mi tía, porque entonces para comprar un móvil, era caro bastante, ¿No? Te estoy hablando que un 3310, el Nokia, pues en aquellos tiempos valía 300 euros, de segunda mano. Pero es que no existía en Marruecos, sí que había, lo que pasa que no... Casi todo lo que venía, venía de fuera de Marruecos. De segunda mano. (i5)*

Debido muy posiblemente a la temprana edad de compra de los teléfonos móviles, otra diferencia notable es que este primer teléfono resultaba ser un regalo familiar. Como se ha podido ver previamente, en contraposición en muchos casos el ordenador portátil responde a una decisión del propio joven, a la que hace frente con sus propios recursos.

*(...) hasta que me abuela se empeñó en que tuviera móvil, porque claro, como veía a todas mis amigas con móvil no sé qué y hace... “Pues la chica también se tiene que echar móvil”. Y el primer móvil que tuve me lo regaló mi abuela. Pero tendría trece años. (i3)*

La presión del grupo, el hecho de quererse sentir uno más junto a sus pares resultan ser, igualmente, otras constantes en los relatos de los jóvenes. Prácticamente en todos los testimonios se coincide en el hecho de que, cuando llegó a ellos, el móvil resultaba ser un elemento muy popular y extendido entre sus compañeros y amigos.

*Yo me acuerdo mi padre el primer móvil que se compró, ¿No? Era uno de estos grandotes y tal y aún no tenía... se empezaba a extender pero no tenía mucha gente móvil. Pero en dos o tres años ya se evolucionó mucho. Yo me acuerdo en el instituto sí, pero en el colegio no me acuerdo de ver móviles para nada. Y en el instituto ya todo dios con su móvil. (i1)*

A diferencia con otros adelantos tecnológicos, que llegaron a su población mucho más tarde que a las ciudades (el agua corriente, como se ha comentado anteriormente llegó cuando el joven tenía unos cuatro años), el teléfono móvil lo hizo de un modo mucho más rápido. Eso a pesar de vivir en una zona montañosa, tradicionalmente aislada, como es el Sobrarbe.

Paralelamente, esta misma situación también se daba en otras zonas montañosas de

Aragón, como el municipio de origen de i8. En este caso se da la particularidad de que sus abuelos todavía viven en una *masada*, una construcción característica de las zonas del Maestrazago, aislada de cualquier núcleo urbano. En este caso, el joven recuerda perfectamente el primer móvil que tuvieron sus abuelos, antes incluso de que lo tuviera él. Un *ladrillaco*, según sus propias palabras “*con un antenón ahí de metro, que para llamar había que salir a la era. Claro, dentro de casa no habría cobertura*”.

La tecnología lejos, por lo tanto, de suponer en esta ocasión un elemento diferencial entre los espacios urbanos y rurales, entre el centro y la periferia, alcanzaba otro significado: la forma de mantener la comunicación entre uno y otro espacio. Por ello los abuelos de i8, que carecían de teléfono fijo, adquirieron de forma temprana un teléfono móvil. En el caso del propio joven, este recibió su primer móvil coincidiendo con el momento en que se desplazaba para cursar la educación secundaria, a Alcorisa. Por su parte, sin vivir en un municipio especialmente alejado de Zaragoza, en el caso de i2 se produjo una situación similar, dado que no contaba con teléfono fijo en su domicilio. El primero que entró para utilización de la familia fue el móvil de su padre. Posteriormente sería el suyo.

Regresando a la presión del grupo a la que nos referíamos en el capítulo 6, esta también ha tenido mucho que ver, como se ha visto anteriormente, en las modificaciones de hábitos tecnológicos a otros niveles. Incluidas las migraciones de una a otra red social o el desuso de algunas aplicaciones. Esta presión se manifestaba en el deseo que los jóvenes expresaban por disponer de un teléfono móvil que les permitiese integrarse en el grupo. Incluso en el caso de que no hubiesen demostrado mucho interés por las tecnologías previamente.

*¡Hombre claro! Porque todas mis amigas tenían móvil (...). Pues porque soy así, porque luego ya te digo que me canso. Y de hecho me llamaban y no lo cogía. Y claro, pero luego resulta que llegó el móvil con el Bluetooth. Entonces todos se*

*pasaban cosas por el Bluetooth y yo no tenía Bluetooth y era como “¡Oh, Dios mío!”. Entonces, claro, yo me quería cambiar de móvil sí o sí. Y cuando me compraron el móvil la condición fue que cogiese el puñetero móvil cuando me llamaban. O sea, es que yo pasaba completamente del teléfono. (i7)*

Curiosamente esa *desatención* con respecto al móvil también se produce en otros casos, como es el de i6, una joven oscense a la que su familia le confiere una gran importancia tanto a la formación como a la tecnología. En su caso el mayor interés de que dispusiera de un móvil, además del suyo por contar con este dispositivo, era de su madre. Ella misma reconoce que, pasado el primer momento, dejaba de prestarle interés.

*Es que nunca la he tenido. O sea, sí, al principio sí que me hacía gracia... Mis amigos ya empezaban a tener, pues no sé, era “¡Oy que mayor que soy, que tengo móvil...!”. Pero después una vez que lo tienes pues no... Mis dos primeros móviles sí que me hicieron gracia, que fue este y después uno que me compré, bueno que me compraron, que pues eso, que era super moderno en el momento, que sonaba super bien la música y todas estas tonterías que se empezaron a llevar, que ahora sería una patata, pero bueno, que en el momento era un boom. Y nada y ese bien. Pero siempre he sido un desastre, o sea... Fijate que ese móvil se me rompió porque se me inundó la mochila de agua un día que llovía, fijate lo descuidada que tengo que ser para que se me inunde la mochila de agua y nada y bueno, pues a partir de ahí pues mis móviles si duran seis meses pues es un milagro. (i6)*

El teléfono móvil entre los jóvenes supone uno de los mejores ejemplos del concepto de la construcción social de la tecnología y la flexibilidad interpretativa, dos conceptos que manejan Pinch y Bijker (1984: 27). Concebido en primer lugar como un teléfono portátil, con el que se podía hacer o recibir llamadas desde cualquier parte sin necesidad de estar en un lugar concreto, sus usos han ido sufriendo importantes modificaciones a lo largo del tiempo.

Como se ha indicado en el capítulo 2 hoy en día la función de establecer llamadas, ha dejado de ser la más utilizada en los actuales teléfonos móviles. Sin embargo, esta situación ya se estaba produciendo de algún modo entre los jóvenes, en sus primeros contactos con estos terminales, antes incluso de la aparición de los smartphones.

Seis de los ocho jóvenes recuerdan perfectamente que el principal uso que le daban a sus primeros teléfonos móviles eran los mensajes de texto. Los SMS (Short Message Service en inglés) nacieron como un servicio secundario dentro de la telefonía móvil, pero adquirieron una gran relevancia, especialmente en algunos sectores de la población. De ahí, la propuesta teórica de Pinch y Bijker (1984) adquiere sentido, teniendo en cuenta la actitud de un grupo social relevante (los propios jóvenes) que decide adaptar a sus necesidades, interpretando la herramienta tecnológica y dotándole de un nuevo sentido.

El desarrollo de los SMS fue tal que, en cierto modo, también pueden considerarse una aplicación asesina (nombre tomado del inglés *killer application* o *killer app*) de los primeros teléfonos móviles. Este concepto, que proviene del marketing, define una aplicación que da sentido a otro programa, tecnología o incluso a un hardware específico (Downes y Mui, 1998)

El hecho de que una aplicación en concreto, como fue el caso de los SMS, diera sentido a la adquisición de un hardware específico como es el caso de los primeros teléfonos móviles

La principal razón para utilizar de forma preferente los mensajes sobre las llamadas era económica, puesto que los mensajes resultaban mucho más baratos. En estos primeros tiempos del teléfono móvil resulta curioso que los jóvenes finlandeses denominaran *kanny* a estos dispositivos, lo que viene a traducirse como una extensión

de la mano, y por ende, del cuerpo, “*The mobile is thus both something you use (as you use your hands to write) and something that is part of you. It is like a prosthetic limb over which you wield full and flexible control, and on which you eventually come to automatically rely in formulating and carrying out your daily goals and projects*”. (Clarck, 2003: 9). Si la principal función que se le atribuye a este artefacto tiene que ver con la escritura (mensajes de texto) parece tener sentido que se considere a los móviles como extensiones de la mano.

Además de los mensajes, también se desarrollaron otros códigos para comunicarse sin tener que recurrir a las llamadas, se trataba de las *perdidas*, o llamadas que se realizaban sin esperar contestación (incluso evitándola). Una forma de comunicación que hoy se considera prácticamente en desuso.

*¡Las perdidas! ¡Ya no me acordaba! El mundo de las perdidas... Que ahora ves una perdida y en seguida llamas, antes era como ¡Ay, me ha hecho una perdida, que ilusión! (...). Eran un código. Porque ahora con el Whatsapp se ha perdido eso. Antes era como... “¡Ay, se ha acordado de mí, ¿Qué pasará?”. Nada, simplemente era que se había acordado de ti y te ha hecho una llamada perdida. Y te podías pegar todo el día haciéndote perdidas (...). Se la contestabas al rato, en plan, “me hago la interesante”. (i7)*

La misma protagonista es la única que reconoce haber utilizado su primer teléfono para otra función al margen de las llamadas y los mensajes: Las fotografías.

Solo en dos casos (i6 e i8) recuerdan utilizar sus primeros móviles para realizar llamadas sobre cualquier otra función. Si bien en el primer caso reconoce haber atravesado épocas en las que escribía muchos mensajes, el joven turolense se mostraba mucho más tajante. Uno de los aspectos que comparten, puesto que se trata de jóvenes con enormes diferencias de todo tipo, es el rechazo o desinterés por la tecnología, una faceta que se muestra de un modo mucho más tajante en el caso de i8.

Volviendo nuevamente a lo expresado por García Canclini (1995: 17), el consumo incesante y la sorpresa también han guiado el itinerario que los jóvenes han ido cumpliendo en relación con la telefonía móvil. Prácticamente todos han tenido varios aparatos hasta llegar al smartphone. En cierto modo, se han ido amoldando a las novedades que les iba ofreciendo la tecnología y el mercado, adaptándolas a sus necesidades, desarrollando consumos que, como el caso de los SMS, como ya se ha visto, pudieran servir a sus propias realidades.

Conforme se fue desarrollando la tecnología de la telefonía móvil y se fueron incorporando nuevas posibilidades, los jóvenes también fueron descubriendo estas aplicaciones. Ya se ha comentado que, casi desde el principio, algunos jóvenes también utilizaban los teléfonos para hacer fotografías. También los juegos o escuchar música se convirtieron en tareas más habituales conforme los dispositivos fueron evolucionando.

## **7.2. Los smartphones**

A pesar de que esta investigación se desarrolla por medio de una técnica cualitativa y, por lo tanto, no tiene por objeto extraer conclusiones o resultados cuantitativos, llama la atención de que siete de los ocho jóvenes investigados el proceso de penetración de los teléfonos móviles había culminado (en el momento de realización de las entrevistas) con la aparición del smartphone.

Este teléfono (cuya traducción literal podría ser teléfono inteligente) comienza a popularizarse desde finales de la primera década del presente siglo y que permite, realizar las más variadas funciones, muchas de ellas concebidas hasta entonces para los ordenadores personales. Con los smartphones la conexión a Internet alcanza prácticamente la ubicuidad, bien a través de su propia conexión de datos, bien a través de la conexión a un dispositivo Wi-fi (conexión a Internet sin necesidad de cables).

Antes incluso de que los smartphones, liderados por el iPhone de Apple que apareció por primera vez en 2007, se hicieran populares, la forma en la que los jóvenes se conectaban a Internet ya se había comenzado a modificar. En Japón, por ejemplo, el mismo año de la aparición del iPhone la mitad de los jóvenes utilizaba el teléfono móvil para conectarse a Internet o escribir correos electrónicos (Pisani y Piotet, 2009: 269). Se trata de una modificación del comportamiento que ya había comenzado a ser apuntado unos años antes (Ito, 2005).

El smartphone se asimilaría a las *wearable technologies*, aquellas tecnologías que prácticamente se visten y que como señala Clarck (2003: 46), se trata de una tecnología en la que lo importante deja de ser la tecnología en sí, sino la tarea que con ella se puede llegar a desarrollar. Un concepto similar al de *transparent technologies*, que sugiere el propio autor (2003: 28) para aquellas cuya integración en nuestras vidas resulta tal que su uso llega a convertirse en invisible. La tecnología, tal y como comenta Brocano (2000: 20) “*ha desbancado al mundo físico y al mundo social de su lugar de objetos privilegiados de reflexión que ocuparon en las edades clásicas de la filosofía y en épocas más recientes*”. Esta posición central se ha logrado, como indica el mismo autor “*por la cercanía de los sistemas tecnológicos en todos los intersticios de la vida cotidiana, social, histórica. El horizonte que nos rodea, el paisaje que observamos todos los días e incluso lo que permanece oculto, como lo están las ondas electromagnéticas que traen la información a nuestros aparatos, conforma nuestra nueva naturaleza y el ámbito de nuestras preguntas últimas*”.

Volviendo al smartphone, esta forma de entenderlo como tecnología *wearable* (que se viste) y transparente se adapta plenamente a la forma en la que los jóvenes se apropian de la tecnología (Pisani y Piotet, 2009: 31). Más allá de los conceptos que se han extendido en los últimos años (Digital Natives, generación net, etc.) si algo se encuentra en los testimonios de los jóvenes investigados es que el mayor interés se

centra en las aplicaciones o servicios que la tecnología ofrece y no en la tecnología en sí.

La importancia de la funcionalidad también es aplicable, de hecho, al único joven que en 2014, en el transcurso de las investigaciones de campo, carecía de smartphone, i1. A pesar de tratarse de un joven del ámbito rural, una zona tradicionalmente aislada y alejada de las principales ciudades de Aragón (Huesca o Zaragoza), en su caso no se produce un rechazo o un desinterés por la tecnología. Al contrario, se trata de un joven familiarizado desde su infancia con los entornos digitales y que dispuso de forma temprana de ordenador e incluso teléfono móvil.

Su rechazo tiene más que ver con la actividad laboral que desempeña, dedicado al sector primario, que con cualquier otra consideración.

*Si, pues es que yo los destrozo. Con el trabajo que tengo los destrozo mucho. Tengo que tener mucho cuidado o no llevarlo encima y tener un móvil para no llevarlo encima pues eso. Entonces casi siempre voy a eso, a móviles así fuertes y simple. (i1)*

Al carecer de un smartphone las funciones que dedica al teléfono móvil siguen siendo las básicas: llamadas y mensajes, más propias de los primeros dispositivos de estas características. Además de ellas también utiliza la aplicación del despertador e incluso en ocasiones escucha la radio, mientras trabaja.

Aparte de tratarse del único joven entrevistado que carecía en 2014 de un smartphone, i1 también es el único miembro de su círculo amistades que se encuentra en esa situación. Todos los demás amigos y conocidos, incluyendo a su novia, cuentan con este tipo de dispositivos. Un aspecto que en el primer momento de la investigación parecía curioso, y que redundaba en la idea de la redefinición de la distancia, es el hecho

de que sus amigos que viven en pueblos sin cobertura telefónica móvil también contaban ya en el momento de las entrevistas con smartphones.

Sin embargo, tal y como se está comprobando sobre la presión del grupo y el consumo incesante, este protagonista consideraba casi inevitable que antes o después terminara adquiriendo un teléfono de estas características, así como una tecnología que se abordará posteriormente y que en un primer momento rechazaba: el Whatsapp. Su intención era poder disponer de esta tecnología, pero para darle una aplicación práctica diferente a la que en cierta forma impera entre sus contactos, esto es, las redes sociales.

*Yo creo que eso, que voy a intentar en lo que es las redes sociales darle o el mínimo uso o estar un poco al margen de ellas, porque no es lo que más me... atrae. Y eso, no quiere decir eso, que lo que es las nuevas tecnologías no quiera darles caña porque a mí, la verdad, que antes manejaba mucho y me veía muy suelto, ¿No? Y sí que he visto que lo he ido perdiendo y sí que me cuesta más volver. ¿No?*

*Entonces eso, veo que tienen muchas aplicaciones buenas incluso para la vida cotidiana o eso, para información o incluso para aprender, para el trabajo y eso, esa es la parte que no quiero perder. (i1)*

En cuanto al resto de los casos, prácticamente se repiten todos los discursos. Al smartphone se ha llegado de forma más o menos *natural*, si se hace abstracción de lo comentado sobre la presión del grupo y el consumo incesante al que obliga el contexto social. Se trataba de un elemento que se había convertido en explícitamente por muchos de ellos. En cuanto a sus pares, la inmensa mayoría de ellos también disponen de smartphones, vinculados especialmente a aplicaciones de mensajería instantánea (especialmente Whatsapp) y redes sociales.

Llama la atención la actitud de desinterés que se mantiene en el caso de i6, que ya ha sido señalado anteriormente y que se agrava a la hora de relacionarse con su propio

móvil, hasta tal punto que ha perdido varios dispositivos en los últimos años, lo que en ocasiones le ha supuesto incluso atravesar alguna temporada sin teléfono móvil.

*Pues yo qué sé, igual hay algunos que me han durado un año y otros que me han durado seis meses. Este me está durante bastante, que lo tengo desde Navidad y no sé si significa que me estoy centrando o que estoy teniendo mucha suerte, no lo sé. ¡Ah! Pero tampoco he tenido tantos porque he tenido muchas temporadas sin móvil.*

*Que... y no porque mis padres quisieran. Bueno, ha habido veces que sí que ha sido en plan... “¡Ah, pues castigada sin móvil!”. Y luego cuando se daban cuenta de que a mí me daba igual pues entonces, “Pues ahora tienes móvil”. “Tienes móvil, que si no no te localizamos, que si no...”. Y es verdad. (i6)*

Curiosamente y volviendo nuevamente al asunto relativo a la memoria y a la forma en la que estos dispositivos suponen la extensión de nuestro cerebro, la ausencia de teléfono, tras haber perdido alguno de ellos, le obligaba a memorizar los números de sus amistades, para poder llamarles. Una prácticamente totalmente en desuso, los jóvenes almacenan mayoritariamente los números de sus contactos en las agendas de los teléfonos, por lo que no necesitan verse en la obligación de memorizarlos. El smartphone se ha convertido en una especie de cerebro vicario (Reig y Vílchez, 2013: 13) en el que depositamos nuestros conocimientos y memoria. Ya no vivimos *con* este aparato, sino que estamos a comenzar a vivir *en* este aparato (Reig y Vílchez, 2013: 13). El cerebro o inteligencia colectiva a la que hacen referencia, entre otros, Kerckhove o Levy converge hoy en día en un artefacto con el que los humanos interaccionamos hasta el punto de que, si partimos de la definición de cyborg que señala Clarck, la hemos llegado a incorporar a nuestras vidas.

Por otro lado, los smartphones han generado una nueva centralidad, una nueva extensión del ser humano, desplazando de un modo notable a ordenador personal, que ha quedado en la mayoría de los casos en un lugar muy secundario. Ello nos hace

pensar, nuevamente, en la teoría de la caja negra de Jenkins (2008: 25-26) y en qué medida no pueden estar desempeñando ese rol actualmente estos teléfonos.

Por otra parte, los teléfonos móviles, al implicar la movilidad y la ubicuidad, pueden obligar a reinterpretar la denominada cultura de la habitación de Livingstone (2007) o incluso la forma de entender las redes sociales para jóvenes de Boyd (2007). Los jóvenes no necesitan de un espacio físico concreto donde refugiarse de los mayores y encontrarse con sus pares. Pueden acceder directamente a él a través de sus smartphones.

La *presión social* a la que hemos visto que se somete a los jóvenes, sobre todo a través de sus grupos de pares (Lahire, 2006), para que dispongan de un teléfono móvil (en este caso de un smartphone y de las posibilidades relacionales que este le procura) convierten a este aparato en un mecanismo facilitador de las relaciones personales (Muñoz, Fernández y Gámez en Echeburúa, 2013: 138). Una función que la mensajería instantánea, especialmente Whatsapp, ha acrecentado en los últimos años.

### **7.3 Whatsapp**

Ya hemos podido comprobar como para la gran mayoría de los jóvenes investigados la función principal de los primeros teléfonos móviles distaban mucho de ser las llamadas. A pesar de tratarse de un teléfono, cuyo principal canal de comunicación era la voz, la función se basaba en el texto: los SMS, que se consolidaron como forma de comunicación hegemónica entre muchos jóvenes de su generación. La principal razón fue la económica: resultaba mucho menos costoso enviar y recibir mensajes (incluso recurrir a las llamadas perdidas) que llamar por teléfono.

Una evolución de esta tecnología fueron los programas de mensajería instantánea, de los cuales el más popular, tanto cuantitativa como cualitativamente, como se puede

desprender de los testimonios de los jóvenes ha resultado ser (por lo menos hasta la fecha) Whatsapp.

Nuevamente nos resulta obligado referirnos a la construcción social de la tecnología, puesto que este tipo de aplicaciones se han ido consolidando con el uso y además los cambios se están desarrollando de un modo vertiginoso. Ni siquiera Whatsapp se encuentra al margen de esta situación. Entre finales de la década pasada y la presente comenzaron a desarrollarse este tipo de tecnologías. En los primeros momentos coincidieron algunas otras iniciativas similares, como el Messenger que en un primer lugar se destinó a los terminales de Blackberry (más adelante utilizado también para smartphones con sistema operativo Android). Asimismo, más adelante y posiblemente como consecuencia del propio éxito de Whatsapp han ido surgiendo otras aplicaciones similares, como Line o Telegram. Sin embargo, como podremos comprobar con los relatos de los jóvenes, ninguna de ellas ha logrado el desarrollo ni la penetración de Whatsapp.

Tal es el alcance de esta aplicación que en buena medida la presión social a la que nos referíamos parece, en muchos de los casos estudiados, relacionada con la necesidad de disponer de este servicio de mensajería, para sentirse incluido en el sistema social del que se forma parte.

El modus operandi de la mayoría de los jóvenes en Whatsapp recuerda a la forma en la que se comportaban en el Messenger. A diferencia de lo que se ha podido ver que era la forma de actuación en los foros, donde se dirigían a extraños, en Messenger (y por extensión en Whatsapp) las personas con las que se mantiene el contacto suelen ser conocidos en el mundo offline, fuera de las pantallas. Se trata de contactos o amistades con las que se comparten también otros espacios.

La gran mayoría de los contactos de los jóvenes dispone de Whatsapp y se encuentra

presente en esta red. De hecho, las excepciones son aquellos que carecen de él. En el momento en el que se desarrolló el trabajo de campo, tan solo i1, que carecía de smartphone, estaba fuera del sistema, siendo además el único de su grupo de amigos que se encontraba en dicha situación. En los meses posteriores a la realización de las entrevistas este joven se incorporó al Whatsapp. A pesar de reconocer la utilidad de esta herramienta para comunicarse con sus contactos, el joven se resistió durante bastantes meses, siendo consciente, además, de las dificultades de socialización que entrañaban situarse de este modo fuera del sistema.

*Sí, pero como decir... No sé como decir. Que no me preocupa no tenerlo, pero ni tengo necesidad así especial, pero veo que eso, que da muchas ventajas, lo veo eso, como que es una desventaja no tenerlo para las cosas estas de comodidades, de comodidad de quedar con gente, no solo ya para ir a algunos sitios, sino para... Bueno, eso lo de los grupos... Por ejemplo yo, empecé a darle al kayak y eso, no somos... Hay muy poca gente que le pega, aunque cada vez hay más, pero claro, cuando empiezas tienes que ir con gente, no puedes ir a lo bravo. Y entonces está muy bien lo del grupo (de whatsapp) del kayak, pero claro, yo no lo tengo, y claro, yo si no es de alguien que me comenta, "en el grupo del kayak hemos puesto a ver si os apetece quedar el miércoles, tal". Pero claro, si a mí no me lo dicen pues no me entero. (i1)*

Estar al margen del grupo, en lo que respecta al Whatsapp, también le suponía en ocasiones ciertos conflictos, ya que no podía compartir las conversaciones o interacciones que sus amistades desarrollaban a través de este servicio de mensajería. A veces incluso cuando se encontraban todos juntos en un mismo espacio, no podía participar de las conversaciones que, los mismos amigos con los que se encontraba, desarrollaban a través de Whatsapp.

*Conflicto no. Incluso alguna vez me lo callo. Pero sí. Con mi novia mismo. Estar hablando que hemos quedado en poco tiempo, ¿No? Porque no nos podemos ver*

*más tiempo y se ponga ahí a con el traste a esto que vamos, es para aventarlo. Sí, sí, a mí eso sí que no... no me va, no. Y es una pasada, que a veces eso, estás en un bar y esto y es que vale, empieza uno, pero luego y llega un momento en el que están los cuatro, traca, traca, traca, tra...(i1)*

Este tipo de situaciones vienen a confirmar la función que desempeñan estas tecnologías, ya no solo como elementos de transmisión de información, sino también de relación entre las personas. De hecho, algunos autores proponen el concepto TRIC incluyendo en las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC) el factor “R”, que hace referencia a las relaciones humanas (Marta, 2013). Un concepto que, como ya se ha podido analizar, también apunta por autores como Boyd (2007) o Pisani y Piotet (2009: 32-33), en la medida en la que se considera que a través de estas tecnologías los adolescentes y jóvenes buscan un espacio propio para relacionarse entre ellos al margen de la mirada de sus mayores. Este factor relacional de Internet y de los teléfonos móviles ayudan a construir la identidad de los adolescentes y los jóvenes, fortaleciendo los lazos que les unen a las personas que tienen más cerca (Reig y Vílchez, 2013: 102).

La función de Whatsapp como tecnología a través de la que, básicamente, se ponen en relación los jóvenes aparece en absolutamente todos los relatos. Al margen de i1 todos los demás disponen de ella y en la mayoría de los casos reconocen una penetración absoluta en sus vidas, lo que también repercute en sus relaciones sociales.

De hecho, entre los contactos de los jóvenes entrevistados la inmensa mayoría de los jóvenes también se encuentran conectados a Whatsapp. Las excepciones son muy pocas y las razones por las que se explican heterogéneas. Las hay desde el punto de vista económico.

*Mi cuñada (carece de Whatsapp), porque no tiene móvil (...). Sí. Pero porque no*

*trabaja ni está un poco, no sé... Sí, no. Hace años sí que tuvo móvil pero, como no tiene dinero y tampoco tiene para mantener y demás pues está sin móvil. (...). Nosotros le hemos ofrecido. Yo tengo por ahí móviles apalancados que le podría dejar con una tarjeta. Que le digo “Chica, que no te estoy diciendo que gastes, te estoy diciendo que te cojas el móvil, con una tarjetica...”. Pues ahora la tenemos que llevar a un cursillo por las tardes. Pues cualquier cosa, que te tengas que retrasar... “Oye, mira, que me tengo que retrasar diez minutos”. Para que vea que me acuerdo de ti. Por ejemplo, es un ejemplo. No sé, que es un poco lo que te decía... La cara negativa y la positiva. Es que te viene bien, es práctico. Entonces... (i3)*

Si bien todos los protagonistas reconocen que, a pesar de las dificultades económicas que puedan estar atravesando los jóvenes, especialmente importantes en los últimos años de crisis, el económico no es un razonamiento determinante a la hora de que se produzcan esta suerte de *ausencia digital*.

Entre las razones de algunos otros jóvenes para no formar parte de este sistema de relaciones sociales también se pueden encontrar algunas que podríamos clasificar dentro de una especie de *ascetismo revolucionario*, concebido como el rechazo a la moda y al consumo, lo que Italo Calvino define como “*deleite en la renuncia y afán de pureza*” (Calvino, 2013). Así, se da la circunstancia de que un amigo de i8, que reside en Zaragoza y que es ingeniero, por lo que se encuentra totalmente perfectamente familiarizado con las tecnologías de la información, se *resiste* a descargarse la aplicación. Del mismo modo, un grupo de tres amigos de i7 también renuncian al Whatsapp, siquiera incluso de una forma mucho más consciente.

*A ver, yo creo que a estos lo que les va mucho es el decir “no tengo Whatsapp, soy alternativo”. Porque si no, no me lo explico. (i7)*

Una actitud que, por otra parte, no se encuentra exenta de contradicciones.

*Pero es que, por ejemplo, yo no lo entiendo. A Rubén (uno de sus tres contactos que se opone al Whataspp) antes, es que... yo le decía... “¿Pero no te das cuenta de que no tiene ningún tipo de lógica que tengas instalado el Facebook en el móvil, con el chat del Facebook en el móvil y no tengas Whatsapp? Que no tiene ni una triste lógica”.*

*Y me decía, “Pues sí, porque te hablan menos, porque tal...”. “Cómo no, Rubén, la única forma de contactar contigo es a través del Facebook, por lo tanto la gente te habla por el Facebook. Porque todo el mundo tiene el Facebook y el Messenger, el Whatsapp en el móvil. Por lo tanto es que te va a dar igual tener uno que otro. Si en tu cabeza no, pues no, pero es igual de estúpido”. (i7)*

Otro caso diferente es el de i6, que, como se ha visto anteriormente, manifiesta muy poco interés por la tecnología. Además, al encontrarse estudiando en otra ciudad, reconoce no realizar un seguimiento diario de la actividad de su grupo de amigos de Huesca a través del Whatsapp, lo que en ocasiones provoca que se encuentre poco informada sobre las novedades que se puedan producir en él.

*Pero si te quieres enterar de las cosas que van pasando pues sí, sí. Porque yo, por ejemplo, estoy en whatsapp, vale, con mis amigos, pero yo me leo las cosa que ponen. Tenemos un grupo y, ya te digo, y mandan... Están todo el día charrando y entonces yo no me entero y no me pongo a leerlo. Y claro, llego aquí, a Huesca, a veces y de repente me quedo así flipando y digo... “¿Qué este y este han roto o ha pasado tal, ha pasado algo grave?”. Y me dicen, “Sí, ¿No te leíste el Whatsapp?”. Y digo, “No, no me lo he leído”. Y claro, entonces me lo empiezan a explicar todo pero es como estar un poco out. Cuando no te enteras... (i6)*

A pesar de estas excepciones, de los relatos que aportan los jóvenes entrevistados se desprende una penetración prácticamente absoluta del Whatsapp en sus vidas. Una aplicación que llega por igual a todas las clases sociales y lugares (no se observa

ningún tipo de diferencia entre el espacio rural o el espacio urbano, entre clases sociales o nivel formativo).

La aplicación, junto con la propia penetración de los smartphones, ha modificado también la forma de relacionarse, tanto de modo offline como online. El teléfono como herramienta de comunicación ha dejado paso al texto como principal aplicación, como ya ocurriera entre los más jóvenes en los primeros años de los teléfonos móviles (entonces a través de los SMS). La mayoría de los jóvenes aduce que Whatsapp ha provocado que las llamadas de teléfono descendan de un modo importante. En algunos casos tan solo se llama si se trata de conversaciones que se consideran urgentes.

*Llamo. Que alguna vez sí que es verdad que he escrito un whatsapp, que igual he visto que está, que se acaba de conectar o que está en línea, pues igual te contesta. ¿Que no me ha contestado? Pues he llamado. (i2)*

*Yo hablo ahora más por teléfono pero por la cuestión laboral o de prácticas, como quieras llamarlo, antes hablaba menos por teléfono, por eso no lo he notado mucho, no. Llamadas de tipo más personal solamente cuando es más necesario, cuando se ha caído el Whatsapp, cuando se ha caído el Whatsapp mando sms y cuando, pues cuando necesito que me expliquen algo muy bien, cuando yo quiero que alguien me explique algo bien o cuando me urge algo o cuando me importa mucho, llamo. (i4)*

Incluso entre los más acostumbrados a las llamadas, como es el caso de i6, se da la circunstancia que hasta en sus relaciones sociales más personales, los mensajes han desplazado en cierto modo a las llamadas telefónicas, dada la preferencia que por el Whatsapp muestra su pareja.

*Sí, sí que tuve una época de más mensaje, pero siempre he sido más de llamar.*

*Por ejemplo, hace dos días, esto de ahora, ¿Eh? Muy actual... Me quedé flipando, porque yo con mi pareja de ahora, lo vivimos a distancia, ya te lo he dicho. Lo veo pues eso, pues igual una semana al mes. Y normalmente hablamos por Whatsapp y estaba aburrida de hablar por Whatsapp y digo, “Oye, voy a llamarlo”. Cojo y lo llamo y al conversación no sé si duró dos minutos. Digo, yo qué sé, me apetecía tener una conversación, ¿Sabes? de un rato y él super cortado. Bueno, aparte de porque estaban sus amigos delante, que es un chico que eso, que le cuesta mucho expresar las cosas, pero me quedo en plan... “Tío, no sé, me apetecía oír tu voz, ¿Sabes? En plan hablar...”. Y no, me dice es que “me pareció raro”. Después me escribe un mensaje, al día siguiente y me dice, “oye”, le digo, “¿Estabas super cortado ayer, no?” y me dice, “Sí, pero es que no suelo hacer esto”. Y le digo, “¿El qué? ¿Llamar?”. Y me dice, “Sí, suelo comunicarme más por mensaje”. Pero tío, pero si es mucho más cercano, dentro de lo que cabe, es más cercano hablar por teléfono, que pues no sé, oyes la voz, notas más el estado de la otra persona, si está contento o está triste, no es como tenerlo al lado, es evidente, pero es mejor que una conversación escrita. Y me quedé flipando y ahora no sé si llamarlo o no llamarlo, estoy... (i6)*

Whatsapp ha desalojado a otros servicios que hasta su aparición eran muy populares, como los propios SMS, hasta dejarlos prácticamente en desuso. La mayoría de los jóvenes asegura que se han reducido sobre todo a los que se reciben de tipo comercial o aquello de contactos, como se ha visto una ínfima minoría, que todavía no se conectan al Whatsapp.

Lo mismo ocurre con los correos electrónicos que quedan relegados prácticamente a cuestiones formales (comunicaciones institucionales, académicas, laborales, etc.)

La aparición de esta herramienta ha supuesto un cambio evidente en la forma en la que los jóvenes se interrelacionan, caracterizada por la inmediatez y la ubicuidad. Una comunicación que afecta a la que mantienen habitualmente, también de modo offline.

De modo jocoso, una de las jóvenes entrevistadas se refiere a los *iluminati*, por el efecto que producen las pantallas iluminadas en las caras de los jóvenes que se encuentran comunicándose por ellas.

*Los Iluminati nos dijo una vez una amiga. Porque estás cinco personas e igual están tres con el móvil y dos ahí... (risas). (i3)*

A su vez, la ausencia de comunicación no verbal a través de las conversaciones que se desarrollan a través de Whatsapp provoca conflictos debido a las diferentes interpretaciones que se pueden dar de los textos.

*Sí, sí, sí, o “Ja, ja, ja”. Y el “ja, ja, ja, ¿Qué quiere decir?”. Y muchas veces, cuando ves algo escrito, hay mucha gente que, bueno como escribe ya conoces... Bueno, yo si veo que alguien me ha escrito ya..., si me tapan el nombre muchas veces sé quien es. Por la forma de escribir. Y muchas veces hay gente que no es agresiva o te pone las cosas sin enfadarse, pero tiene una forma de escribir o muy seca o muy cortante y tú cuando lo lees estás leyendo te da la impresión de que esa persona es cortante, y para nada, sino que simplemente te lo ha puesto porque más breve o porque... Y ya está. Entonces sí que se pueden dar malentendidos de esos de... “joder, este que tío más borde, tal” o que... Sí. (i4)*

Una experiencia común en el resto de jóvenes que confiesan que en ocasiones tienen que aclarar de forma presencial malos entendidos surgidos en las comunicaciones que se han realizado a través del teléfono móvil. Especialmente a través de los grupos o conversaciones corales, donde intervienen más de tres personas.

Otro aspecto a tener en cuenta es el de la escritura que se ha popularizado entre los más jóvenes derivada, precisamente de la inmediatez que amplifican tanto los chats como en la actualidad los programas de mensajería instantánea, como Whatsapp.

Los jóvenes son conscientes de que se trata de una escritura que descuida aspectos formales de la comunicación, como la ortografía, algunos de ellos (i2) la comparan con los apuntes que se tomaban en clase.

*No sé. Esto es como coger apuntes, ¿no? Que simplifica... Pues lo mismo. Lo mismo (...). Lo que me parece mal es que pongan h donde no hay, b donde no... ¿Sabes? Eso no lo hago y vamos, está la b y la v y si le doy borro, hombre, es que hace mal a la vista. (i2)*

Sin embargo, como ocurre con otros aspectos de la popularización y penetración tecnológica, o con el propio concepto de *Digital Natives*, los jóvenes de entre 20 y 30 años consideran que son las generaciones posteriores las que han alcanzado un mayor nivel de apropiación de estas tecnologías y, por lo tanto, las que mayor grado de interrelación con la máquina. En este caso también a la hora de escribir.

*Pero sí que es verdad que mi hermana, por ejemplo, lo veo un montón, que escribe que es un pasada... A lo corto, a lo corto... Es más joven que yo. Yo creo que ese, en esa franja de edad, también se va notando un poco, que yo puedo escribir alcorzando, o sea, acortando las letras y demás... Que te quiero decir, yo lo hago pero noto como que los que vienen de detrás aún se ha incrementado o se ha posicionado más, no sé. (i3)*

Otro de los jóvenes (i4) se muestra mucho más vehemente a la hora de escribir con corrección, puede que derivado de su vocación para dedicarse profesionalmente a la comunicación. Por ese motivo incide directamente en sus hermanas (más pequeñas) para que cuiden tanto la forma de expresarse como la ortografía con lo que lo hacen en redes sociales y mensajería a través del Whatsapp.

La ubicuidad de la aplicación, la capacidad de interaccionar continuamente con amigos

o contactos, desde cualquier lugar ha dado lugar al desarrollo de una situación de hiperconectividad (Reig y Vílchez, 2013: 9), como ya se ha expuesto en el capítulo 2. Esta situación, asimismo, ha generado situaciones de dependencia que serán analizadas en un epígrafe posterior y que prácticamente todos los jóvenes investigados reconocen padecer en mayor o menor grado, asociadas a los smartphones y el Whatsapp.

En esta extensión tecnológica se aprecia, por otra parte, el carácter de *Early adopter* de los jóvenes, siendo este un grupo que ha sabido adoptar rápidamente las posibilidades que ofrecía Whatsapp u otros programas de mensajería instantánea. No obstante, de los testimonios de los jóvenes también se aprecia como, con el tiempo, se han ido integrando generaciones anteriores (sus padres o incluso abuelos) a esta tecnología. En cierto modo aquí sí que se podría hablar de los jóvenes como *trendsetters* o fijadores de tendencias, a un nivel mucho más doméstico, en sus entornos familiares, facilitando la desaparición de la *brecha digital*, en lo que respecta al acceso y comunicación a través de Whatsapp.

*Porque les he enseñado yo. (...). Claro porque... mi madre por ejemplo por teléfono lo que te comenté, no oye bien y no puede hablar casi. Entonces siempre con mensajes. Entonces le dije, "jolín, lo que pongo Internet te vas a comunicar mejor y no tienes que estar mandando mensajes, que te cobran". Y mi padre pues porque le cogía el móvil a mi madre. "Pues esto quiero tenerlo yo también, pues a ver, no sé qué". Y le dije "No te preocupes que te lo voy a poner yo también". Y se lo hice. (i2)*

La inclusión de las generaciones anteriores a la red de contactos presentes en Whatsapp favorece, por ejemplo, la creación de grupos intergeneracionales dentro de esta aplicación en los que se encuentran los miembros de la familia, tanto de grupos de la familia nuclear como de la familia extendida. Un proceso dialógico que favorece el aprendizaje de los códigos que hasta ese momento han utilizado más específicamente los jóvenes, que en el caso que nos ocupa fueron normalmente los primeros en acceder

a Whatsapp dentro de sus familias.

Los grupos de Whatsapp son precisamente una de las funciones más populares de esta aplicación. Todos los jóvenes indican en sus testimonios que pertenecen a varios de ellos, que agrupan a diferentes círculos de amistades o conocidos. Como se ha señalado existen grupos que en los que se encuentran diferentes miembros de la familia, al igual que otros que responden a grupos de amigos específicos, compañeros de clase, de peña (especialmente en los jóvenes que viven en el ámbito rural o que tienen vínculos con él), de trabajo, etc. Otros grupos, sin embargo, se crean más específicamente para actos o actividades concretas, se trata de grupos *ad hoc* que, por lo menos inicialmente, cuentan con una vida mucho más limitada.

*Y hay grupos que luego perduran, y parece que empiezan siendo “Despedida de Juanito” y luego ese grupo sigue teniendo vida. Luego otros que se mueren, eso va siendo ya un poco por la gente que hay, si luego van teniendo buen rollo entre ellos luego el grupo vive y si no, no vive. Ahora estaba viendo, por ejemplo, en el pueblo tengo el de la comisión, el de amigos del pueblo, el de peña, el de futboleros, que somos los que nos gusta el fútbol más y luego el de los “6 magníficos” que somos los que somos más colegas, que tenemos más relación, ¿no? De toda la peña, de los 20. Entonces fíjate, del mismo pueblo ya hay cinco grupos. (i4)*

La actividad de los grupos marca en muchas ocasiones la actividad de los jóvenes en Whatsapp, donde dependiendo del momento pueden ejercer un papel más proactivo o más reactivo, incluso más pasivo (si no interactúan y se limitan a leer o incluso a no darse de baja del grupo en cuestión). Es habitual que se utilicen para compartir contenidos graciosos como vídeos, chistes, fotomontajes, sin que exista un objetivo claro en ellos o sin que exista una relación entre el contenido compartido y la intención o motivación del grupo en cuestión.

*En el que tenemos del taller solo mandar chorradas, vídeos de estos chorras y... o chistes y tontadas (...). Yo a veces, yo qué sé, si te mandan dos mensajes, cuatro... Bien. Pero si empiezan ahí a cascarle yo lo dejo por ahí... ¡Me agobia! Tanta tontería... Yo qué sé, si es algo importante que tienes que hacer pues... Pero por chorradas de estas que dicen que uno dice una chorrada, otro otra chorrada, otro dice una memez y eso pues... Yo lo dejo apartado, digo “ya se cansarán de decir chorradas”. (i8)*

En este punto, esta nueva sociabilidad no parece muy diferente a la que se pueda desarrollar en la interacción cara a cara, o sea, de forma *offline*. Volveríamos por lo tanto a la idea apuntada por Boyd (2007) de que a través de las nuevas herramientas digitales (en este caso, a través de los grupos de Whatsapp) los jóvenes lo que buscan es un refugio donde encontrarse con sus pares. Del mismo modo que, como ya se ha comentado, se producían este tipo de relaciones en otras herramientas anteriores, como el Messenger. Whatsapp como otra forma de lo que en el mundo anglosajón se conoce como *hanging out*, de pasar el rato con los amigos, compañeros de trabajo, etc.

Un tipo de relación que, como ya se ha podido indicar, no está exenta de conflictos, malos entendidos o distintas interpretaciones, agravados por el hecho de que la información se transmite casi exclusivamente por el texto, suprimiendo los elementos de comunicación no verbal que intervienen en la comunicación humana cara a cara.

A lo largo del recorrido cronológico mantenido con los jóvenes sobre la evolución que han ido experimentando las tecnologías en sus vidas hemos podido descubrir las diferentes *migraciones* que se han ido realizando entre tecnologías, aplicaciones o hábitos tecnológicos, algunas de las cuales ya se han señalado. La aparición de los smartphones y con ellos los programas de mensajería instantánea parece haber supuesto una nueva migración. La práctica totalidad de los jóvenes que disponían de ellos (siete de los ocho investigados) manifiesta que los correos electrónicos han quedado totalmente desplazados para la comunicación de tipo personal, reduciéndose

prácticamente a comunicaciones de tipo formal (académicas, laborales, institucionales, etc). En el caso del único joven que durante la investigación todavía no disponía de un smartphone (i1), también reconocía emplear utilizar el correo electrónico, si bien se lo planteaba, junto con el Skype, para mantener contacto con amigos que se encontraban en el extranjero.

# **CAPÍTULO 8**

## **REDEFINICIÓN DE ESPACIO Y**

### **DISTANCIA; DEPENDENCIA**

### **TECNOLÓGICA; BRECHA**

### **DIGITAL**

Asociado con el desarrollo tecnológico de los últimos años que se ha venido analizando en estos capítulos de la investigación se encuentran algunas claves relacionadas con las preguntas de investigación y las hipótesis planteadas. Específicamente podemos referirnos a tres claves: distancia, dependencia tecnológica y brecha digital

#### **8.1. Redefinición de espacio y distancia**

##### 8.1.1. La transformación de la oposición espacio urbano / espacio rural

Como ya se abordaba en el capítulo primero, las tecnologías de la información han traído consigo la redefinición de conceptos como espacio, tiempo o público y privado. Precisamente por este motivo se ha dedicado una parte importante a la presente tesis a intentar analizar las diferencias entre la forma en la que se relacionan con las tecnologías de la información los jóvenes del ámbito urbano y los del ámbito rural.

Si bien en los datos de tipo cuantitativo ya mostraban una gran similitud entre la penetración tecnológica entre los ámbitos rural y urbano en Aragón (capítulo 4) las historias de vida de los ocho jóvenes vienen a confirmarlo, a través de su combinación con una metodología de carácter cualitativo.

La presencia y el papel que desempeña la tecnología en la vida de los jóvenes no muestra diferencias entre los ámbitos urbano y rural. Se trata de una situación muy diferente a la que se pudo vivir hace algunas décadas, cuando los avances tecnológicos tardaban en llegar a las zonas periféricas, especialmente las poblaciones rurales. En el caso de i1, como ya se ha comentado, el agua corriente llegó hasta su casa con muy poca diferencia, por ejemplo, con el primer ordenador.

Estas diferencias quedaron plasmadas en la cultura popular, a través del costumbrismo literario aragonés del siglo XIX (Gil Encabo, 1999: 57) e incluso, en pleno siglo XX, en el cine o la televisión. En “La ciudad no es para mí”, película de 1966 protagonizada por el actor turiasonense Paco Martínez Soria, el protagonista, Agustín Valverde, arriba a Madrid procedente de un pequeño pueblo aragonés, desconociendo incluso el funcionamiento de un semáforo (Lafuente, 2014: 137). Este pasaje ya legendario del cine español de mediados del siglo pasado puede venir a resumir, de forma alegórica, las contradicciones ciudad/pueblo que han sido habituales en la cultura popular desde el costumbrismo. Unas contradicciones que en el caso aragonés, quizá por su carácter periférico hasta bien entrado el siglo XX, han sido habituales en su representación simbólica, a través de estos y otros ejemplos.

Esta suerte de *complejo de Paco Martínez Soria*, en el que las personas del ámbito rural desconocen los avances tecnológicos que se han producido en las grandes ciudades (como el semáforo o el autobús urbano) no parece sin embargo contar con una traslación real si nos centramos en la población juvenil del ámbito rural aragonés

actual.

Uno de los aspectos que llamaron la atención durante el transcurso de la investigación fue la omnipresencia de los smartphones en todos los ámbitos, incluso, como ya se ha señalado, en localidades donde no se dispone de cobertura telefónica móvil.

Así ocurre con amigos de 11, que residen en un pueblo (Arro) en el que prácticamente no se dispone de cobertura más que “*un metro cuadrado*”, lo que no les ha impedido contar con smartphones, a pesar de que “*hasta que no salen del pueblo no les llegan las cosas*” (notificaciones, mensajes, avisos, etc.). Las dificultades técnicas con las que se pueden encontrar en algunos puntos de la geografía aragonesa no se traducen, a los ojos de los jóvenes investigados, en un problema para la adquisición o utilización de este tipo de dispositivos tecnológicos.

Idéntica situación se produce en algunas localidades con similares problemas de conexión en las Cinco Villas. Las soluciones que se buscan por parte de los jóvenes es contratar la línea telefónica con la compañía que pueda ofrecerles mejor servicio o aprovechar los servicios del smartphone en casa (a través de la wifi), además de que la movilidad continua de los jóvenes implica que no siempre se van a encontrar en zonas sin cobertura.

*Pues gente que vive en Rivas (pueblo de las Cinco Villas con muy mala cobertura de telefonía móvil) esto es como todo. Si quieres, te tienes que buscar la vida en el sentido de... Si tienes planta alta, aún tienes suerte. Pero si no es buscar. Tienes que salir al punto exacto. Más o menos en tu zona siempre tienes... Yo por ejemplo, en casa de mi abuela a veces tengo o a veces no tengo. Eso no sé cómo funcionará, pero siempre si buscas el punto, oye ya sabes más o menos, los tienes fijados, pero tienes que buscar. (i3)*

Precisamente uno de los jóvenes que muestra una actitud más proclive a la tecnología

de la información (i4) reconoce no encontrar prácticamente diferencias entre la forma en la que los jóvenes de la ciudad (tanto Teruel, su localidad de residencia como Zaragoza, donde ha estudiado) con los del pueblo de sus ancestros, en la Sierra de Albarracín, donde ha pasado largas temporadas.

*Ellos (amigos del pueblo) en su vida diaria leen el Twitter y en el pueblo leen el Twitter, mandan mensajes a grupos y en el pueblo mandan mensajes a grupos y por Whatsapp, y utilizan el Facebook de la misma manera. Una cosa es que un día se vaya, algún día ha pasado, se haya ido la cobertura en todo el pueblo, pues en ese momento dicen, “Joder, no va el Whatsapp”, “Joder, no veo el Twitter”, “Joder, no veo el Facebook”, “Joder, quiero ver como va el partido de fútbol de... de... X y no...”. (i4)*

Otro de los mejores ejemplos de hasta qué punto se han borrado las diferencias de acceso tecnológico entre las ciudades y los espacios rurales la ofrece otro de los jóvenes entrevistados procedentes de la provincia de Teruel. En el Bajo Aragón y zonas de Maestrazgo o Gúdar-Javalambre es tradicional un tipo de vivienda apartado de los centros urbanos, las *masías* o *masadas*, que i8 conoce bastante bien, puesto que sus abuelos maternos viven en una de ellas. Tiene varios amigos y conocidos jóvenes que habitan en este tipo de residencia, normalmente sin agua corriente ni luz eléctrica, debiendo recurrir a generadores eléctricos o placas solares. Esta situación no impide que dispongan de todo tipo de elementos tecnológicos, incluso que realicen compras habitualmente a través de Internet.

*Hay un amigo que tengo, pues mucho el... pedir pide muchísimas cosas por Internet, casi todo lo encarga por Internet, llegar ahí no sé si se lo traen allí y lo dejarán aquí, tiene familia en Alcañiz y no sé si lo dejarán aquí y se lo subirán después y eso, pero, por ejemplo, también ha estudiado mecánica y eso y para los recambios de los coches y todo lo pide todo por Internet. Todo.  
Y muchas historias, le va el... Ése sí que es manitas y de hacer inventos y de*

*todo... “Pues he visto por Internet esto, lo he pedido, a ver si me llega”. Ese sí que lo pide todo por Internet. Y vive allí, en una masada, que no tiene luz ni nada, con el generador y con las placas y de todo. Placas sí que tiene unas cuantas y molinillo y de todo. (...). Ya te digo que este lo pide todo por Internet y se hace historias con los móviles y se programa y se hace mogollón de movidas. Y eso y está ahí por no decir en el culo del mundo, que está ahí escondido. (i8)*

Los testimonios de los jóvenes, especialmente los del entorno rural, por lo tanto, confirman la transformación de la distancia. Las ideas que apuntaron, entre otros, Debord (2005: 144), Manovich (2005: 232), Fidler (1998: 159) o Clarck (2003: 89). El *cero gigante* (Searls en Pisani y Piotet, 2009: 248) parece hacerse realidad. Las diferencias entre los espacios urbanos y rurales que marcaron el pasado, al menos en cuanto a la apropiación y acceso a la tecnología se han borrado. Incluso la forma en la que los jóvenes se apropian de la tecnología e interpretan su significado no presenta diferencias entre ciudades y pueblos. De hecho, incluso antes de que se produjese la *revolución digital*, en los últimos años previos, ya se encontraban grandes similitudes entre la vida en los pueblos y la vida en las ciudades en muchas zonas del Aragón rural, como indica Nerín (2001: 159), en este caso por la influencia cultural que supuso la penetración de la televisión. Las tecnologías de la información parecen, por lo tanto, haber acelerado e incluso culminado este proceso que comenzara con las tecnologías basadas en la electricidad (McLuhan en Fidler, 1998: 158-159).

### 8.1.2. Redefinición de la distancia

Si por un lado nos encontramos con que, en cuanto a acceso a la tecnología, no se encuentran en los testimonios de los jóvenes diferencias entre aquellos que proceden del ámbito urbano y el ámbito rural, cabe preguntarse la medida en la que, en general, se ha modificado el concepto mismo de distancia.

Las tecnologías de la información, como ya se ha visto, cuentan entre sus

características con la ubicuidad. Una ubicuidad que permite la interacción con personas que no se encuentran en nuestro entorno, lo que nos puede hacer sentirnos más cerca de ellas, que de quien tenemos junto a nosotros en cada momento (Clarck, 2003: 89). Por su parte, como ya se recordó en capítulos anteriores, Internet se ha llegado a definir como un ágora virtual (Castells, 2001: 160), (Levy 2004) que puede evocarnos un lugar de encuentro digital, incluso para llegar a tomar decisiones de forma colectiva. Como apunta Hine (2000: 106) las relaciones con Internet pueden mantenerse a lo largo del planeta, indistintamente del lugar o del huso horario en el que nos encontremos.

En lo que respecta a las relaciones personas, sin embargo, tal y como se expresan los jóvenes investigados, la distancia sigue estando presente, si bien resulta mucho más matizable, dependiendo del grado de relación o interacción offline.

Algunos jóvenes (i1, i5) admitieron haber iniciado relaciones *online* con el propósito de encontrar pareja entre usuarias de servicios de Internet del sexo femenino. En ambos casos y a pesar de haber tenido contactos de este tipo que en algunos casos se prolongaron en el tiempo, incluso con episodios de desvirtualización (o sea, conociendo en persona a alguien con el que se han iniciados contactos online), estas relaciones no se han consolidado. Bien es cierto que no resulta del todo inhabitual que personas cercanas a los jóvenes hubieran llegado incluso a casarse (como así hizo una amiga de i2) con alguien que conocieron por Internet. Pero en general todos los jóvenes reconocen estas como unas relaciones mucho más inconsistentes que las presenciales.

En cuanto al resto de amistades o contactos que se mantienen a través de los elementos tecnológicos (ya sea por Internet, a través de smartphone, Facebook, etc.) priman aquellas que se han conocido previamente y con las que existe algún tipo de vínculo especial.

Es el caso de i3, que continúa en contacto con una chica bosnia que pasó varios veranos junto a ella en su pueblo, tras la guerra de los Balcanes. Su relación se limita ahora al Facebook, donde se encuentran esporádicamente.

Diferente es el caso de i6, que aparte de residir durante el curso en Barcelona, mantiene amistades y contactos con varios lugares del mundo, fruto de distintos viajes. Si bien llegó a abrirse una cuenta en Facebook para mantener el contacto con ellos (amistades que conoció en un verano en Australia, en el sur de Francia, etc.), ya que ellos no disponían de Tuenti, que era la red social de la que formaba parte, con el tiempo se han reducido su relación con ellos. Hasta el punto de considerar que (En Facebook tienes amigos) *Sí, de todas partes. Sí, tienes un montón de gente, con la que no hablas, pero vamos, la tienes.* (i6)

Esto es, se trata de contactos con los que sería posible mantener la relación a pesar de la distancia geográfica que les separa. Sin embargo, la relación va desapareciendo, quizá por la falta de una comunicación habitual, tanto presencial como a través de las redes sociales.

La misma joven, de la que ya se ha comentado su desinterés por la tecnología, manifiesta no prestar atención a los grupos de Whatsapp de su ciudad, donde se concentran la mayor parte de su grupo de amigos, cuando se encuentra estudiando en Barcelona. Al mismo tiempo, cuando reside en Huesca presta menos atención a las amigas y compañeras de la carrera, con las que convive en la capital catalana.

Esta situación se completa, además, con el hecho de que mantiene una relación sentimental a distancia, en la que, como se ha indicado anteriormente, las tecnología, especialmente el Whatsapp, ocupa un lugar predominante, puesto que su principal forma de comunicarse con su pareja es a través de este servicio de mensajería

instanánea.

*Sí, porque al fin y al cabo es la única manera de contacto diario que tenemos. Es que es precisamente eso, tenemos contacto diario, o sea, hablamos, todos los días. Y no hablamos durante todo el día, sino que tenemos un espacio de tiempo... Pues, que digamos que tenemos, yo qué sé, 10-15 minutos reservados en el que estamos continuamente hablando... (i6)*

Las vivencias de los jóvenes confirman que la distancia, por lo tanto, parece ocupar un papel relativo. Por una parte, no resulta una característica que impida la comunicación, como ha podido ocurrir en otros momentos, la distancia cero es evidente para el acceso a la información y mantener el contacto con otras personas. Sin embargo, los propios testimonios reconocen que, de no mediar una interacción presencial, mantener amistades o contactos con personas que se encuentran en otro lugar resulta complicado y con el tiempo se va perdiendo.

Capítulo aparte merece la actividad de i5, en este caso, al tratarse de un joven migrante, la tecnología juega un papel central a la hora de mantener un contacto habitual con la familia y amigos de su lugar de origen. De todos los jóvenes investigados se trata del único en el que la interacción con sus contactos (familiares y de amistades) se mantiene muy habitualmente a través de la tecnología de la información, a parte de la distancia. De hecho, junto a su familia que se encuentra en Marruecos (padres y hermanos) también cuenta con otros familiares en otras ciudades de España u otros países con los que mantiene un contacto cotidiano.

Por otra parte, la distancia no supone un impedimento para continuar hiperconectado o conectado *always on*. Una característica que ya se ha podido comprobar en el apartado anterior, relativo a la oposición espacio urbano / espacio rural. Uno de los jóvenes con mayor grado de conectividad, i4, asume que cuando se desplaza a su pueblo, en la Sierra de Albarracín, mantiene un tipo de relación diferente con la tecnología, si bien

nunca deja de encontrarse conectado. De hecho, en ningún momento se encuentra totalmente aislado del todo.

*No. En el pueblo me, como me evado de todo y me relajo y tal, pierdo... Hombre, con el Twitter y eso más o menos te vas enterando de lo más general, por los grupos de Whatsapp más o menos... Pero pierdo un poco la conexión permanente con la actualidad y la conexión permanente con mucha gente. Me aísló un poco y ahí simplemente me dedico a estar más con la gente con la que estoy físicamente en esos momentos. (i4)*

La distancia, por lo tanto, parece haberse convertido en un concepto mucho más relativo que en otros momentos de la historia, si bien es evidente que juega un papel determinante en las relaciones sociales. Las tecnologías de la información han contribuido, por lo tanto, a que la percepción de cercanía o lejanía dependa de otros factores más subjetivos antes que del lugar donde se encuentre la persona con la que nos queremos comunicar.

## **8.2. Dependencia tecnológica**

Si hay un discurso común en los relatos de todos los jóvenes este es el de la dependencia tecnológica, sobre todo después de la aparición de los teléfonos móviles, especialmente los smartphones. Tal y como se desarrollaba en el capítulo 2, existe una importante diferencia conceptual entre dependencia y adicción y se estima que queda fuera de esta investigación el análisis de hasta qué punto la dependencia o relación de los jóvenes con la tecnología puede derivar en la segunda. En todo caso, asumiendo las dificultades que pueden derivarse de la elección de los términos adecuados, se parte de la idea expresada por Echeburúa y del Corral (2013: 31) de que la dependencia se entiende como la “*necesidad subjetiva de realizar imperativamente la conducta para restaurar un equilibrio homeostático, y la supeditación del estilo de vida al mantenimiento del hábito conforman el núcleo central de la adicción*”.

Como ya se ha indicado la mayor parte de los jóvenes reconocen mantener una relación de dependencia con la tecnología, lo cual supondría una primera diferencia con las adicciones tradicionales, que se caracterizan precisamente por la dificultad de asumir o reconocer esa situación (Echuburúa y del Corral, 2013: 30). Sorprende la sinceridad que manifiestan, cuando precisamente una de las características de la dependencia suele ser la dificultad de reconocer la propia dependencia (ob. Cit., 2013: 30).

Los testimonios de los jóvenes indican que, más que una relación de adicción, la omnipresencia de la tecnología parecen derivar más en la interacción entre el ser humano y la máquina. Lo que Clarck (2003: 24) considera la existencia de cyborgs que no precisan de implantes en sus propios cuerpos, sino que deviene de una integración que supone la transformación de las capacidades humanas. Se trata de la extensión de los sentidos del ser humano, ya apuntadas por McLuhan (1996) y la existencia de un cerebro vicario (Reig y Vílchez, 2013), el cual estaría representado en estos momentos por los smartphones, como principal elemento tecnológico.

Los discursos ante la posible pérdida, desaparición o desconexión de este dispositivo son siempre muy similares. Incluso entre aquellos jóvenes que demuestran menos interés por las tecnologías o incluso pasan ciertos momentos de desconexión voluntaria. Se trata del caso de i7 que, perteneciendo a un grupo scout, siempre que se va de acampada reduce al mínimo su conexión. Sin embargo reconoce tajantemente su dependencia tecnológica: *Sí, sí, en cierto modo no, la tengo. (i7)*

Ante la posibilidad de quedarse sin móvil (o sin batería), la sola idea le produce cierto estrés:

*Si lo tengo todo organizado me da igual ir sin móvil. Mi problema es que yo soy*

*muy caótica, o sea, que yo de repente voy metiendo planes o... “Pues vale, quedamos mañana, va, pues mañana te digo...”. Como que el planteamiento se queda para hacer en el último... Por ejemplo, esta noche he quedado y aún no sé cómo he quedado. Pues para eso sí que necesito el móvil. Pero si ya sé que he quedado y sé que voy a hacer me da igual no llevar el móvil (...). Sí. Bueno pues me estresa, me estresa el tener poca batería porque tengo que quedar y no sé cómo hacerlo.(i7)*

Los relatos de los jóvenes vuelven a recordarnos la idea que introdujo Bauman (2002: 148) sobre los cibertopos. La necesidad de obtener conexión o el miedo a quedarse sin batería llega incluso a provocar que se lleve el cargador del móvil en todo momento.

*No me gusta nada quedarme sin batería. Cuando me quedo sin batería tengo la sensación de que debo ser gilipollas por no tener previsión, por si no duran nada, ahora siempre llevo el cargador en el bolsillo. Y luego la otra sensación es de que estás desconectado. No estás en... Es decir, siempre estás con el pensamiento, si estás con amigos o eso no, igual te quedas sin batería pero si estás con muchos amigos tomando algo, como estás entretenido y estás en una conversación pues parece que te olvidas un poco, ¿no?*

*Pero sí que a la vez... y es verdad, y es algo que yo creo que le pasa a todo el mundo, pero hasta coges el móvil, estando sin batería, lo llevas en la mano, y eso sabes que no va a sonar, ni va a recuperar la batería por arte de magia, que aunque lo lleves en el bolsillo va a ser lo mismo. Tienes como la necesidad de que igual te ha llegado algo, aunque está apagado, igual te han llamado para algo importante, porque como ahora todo funciona a partir de esto, pues parece que si lo tienes apagado es como antes sí, yo qué sé, sin el teléfono o algo parecido. (i4)*

En términos similares se manifiestan los otros jóvenes, stress o ansiedad son algunas de sus expresiones más habituales al referirse a la sensación que les produce la idea de quedarse sin la tecnología, específicamente sin el smartphone. A excepción, obviamente de i1, quien no disponía de él. De hecho y como ya se pudo comprobar en

un apartado anterior, i5 llegaba a decir “*que le faltaba algo*” también si carecía de su ordenador portátil.

No obstante lo comentado por i5, el elemento tecnológico que ha favorecido de forma absoluta esta dependencia parece ser el smartphone, en detrimento del ordenador. Incluso jóvenes que aparentemente tenían poca o nula dependencia, incluso poco interés por el ordenador, hoy en día manifiestan una gran dependencia por este dispositivo, como es el caso de i2 o i8.

Las migraciones tecnológicas, que se trataron en apartados anteriores, que provocan que algunos elementos pasen a ocupar posiciones secundarias con respecto a otros, así como la ubicuidad de conexión o la portabilidad que permiten los smartphones, unido al auge de aplicaciones como Whatsapp pueden explicar esta situación.

*Sí, porque yo por ejemplo llevo sin ordenador dos meses y no me ha pasado nada. Mi hermano, sin embargo, está todo el día con la Play, con el ordenador... Yo con el Whatsapp. (i7)*

De hecho, si Whatsapp resulta ser una aplicación estrella, omnipresente en los discursos de todos los jóvenes, los smartphones también incorporan otras aplicaciones de redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) que ha permitido que se intensificase la actividad en ellas.

*¡Claro! Mucha (actividad) más. Es que ahora a cualquier hora puedo... “Pum” y ya está (...). No, pero por ejemplo antes en el Tuenti, que no tenía en el móvil Internet, si no enchufaba el ordenador no me podía meter, pero ahora ¡claro! El Facebook pues le doy y ya está. (i2)*

En la mayoría de los casos, asumen que esta situación de dependencia tecnológica tiene una vertiente negativa, si bien no se plantean la necesidad de prescindir de ella.

De hecho, asociada a la hiperconectividad se encuentra también la necesidad de obtener una respuesta de forma inminente. Su ausencia también puede llegar a suponer ansiedad.

*Actualmente sí, ya te digo, antes no me pasaba... Igual también es por tanta chorradica que llevamos. Igual como antes no llevábamos más que dos cosas pues no te generaba esa esto. Pero también es verdad que igual... Que no es bueno comparar nunca, pero por ejemplo, veo una amiga mía que tiene la necesidad básica de estar todo el día con el Whatsapp e incluso de estar hablando con ella y que ella esté con el Whatsapp y decirle, “A ver... hasta aquí, que hay momentos y momentos”. A ver, hay cosas que no puedes dejar para luego. El trabajo no lo puedes dejar para luego, pero que te conteste una amiga o un esto, pues dime tú si no puedes esperarte media hora. O tengo una amiga, que vive aquí al lado, que cada vez que me oye pasar por la puerta me manda whatsapp. Joder, ¿Pues no me acabas de oír esto? Si quieres sal y me dices lo que sea, como toda vida. (i3)*

La dependencia tecnológica parece un hecho socialmente consolidado, especialmente entre los jóvenes, principal objeto de esta investigación. Las ideas propuestas por Clarck (2003) sobre la interacción entre nuestro cerebro y nuestras capacidades sociales parecen confirmarse en los testimonios de los investigados. Paradójicamente, la visión más o menos extendida socialmente de jóvenes que se aíslan socialmente porque se refugian en la tecnología parece poco relacionada con una realidad en la que los jóvenes emplean la tecnología, principalmente para conectarse y relacionarse entre sí. El *factor R* de las tecnologías de la información, al que se refiere Marta (2013).

La dependencia tecnológica deja algunos interrogantes que se sitúan fuera de esta investigación y que merecerían ser analizados desde otras áreas de conocimiento y (probablemente) a través de otras metodologías. Por un lado, el grado de entumecimiento, siguiendo con la terminología adoptada por McLuhan (1996), de los

sentidos que se han extendido a través de estas tecnologías. En la misma línea que recuerda Carr (2011) sobre los estudios de los taxistas de Londres y la forma en la que almacenan la información en su hipocampo.

Por otro lado, hasta qué punto esta dependencia puede devenir en una patología que provoque la pérdida de control sobre la propia vida. Se trata, sin duda, de cuestiones muy interesantes que podrían ser abordadas en investigaciones posteriores.

### **8.3. Brecha digital**

En el capítulo primero (1.3) ya se ha dedicado un espacio a la definición terminológica de la brecha digital (conocida en el mundo anglosajón como *digital divide*), entendida esta como la separación de las personas (comunidades, países) a la hora de acceder a las tecnologías de la información (Serrano y Martínez, 2003: 8).

Teniendo en cuenta que la brecha digital responde a una combinación de factores socioeconómicos (Íbidem) se ha procedido a analizar el modo en el que algunos de estos factores (económicos y generacionales) inciden en los jóvenes investigados a la hora de acceder a las tecnologías de la información.

#### **8.3.1 Brecha digital económica**

A lo largo de la investigación ya se ha podido comprobar como para los jóvenes la brecha digital no tiene el mismo significado que el que se le podía atribuir en los primeros años de la revolución digital. A finales de los noventa, en Francia, se observaba entre el colectivo perteneciente a la denominada *culture de l'écran* (aquella que había nacido en un paisaje mediático enormemente diversificado), esto es de 6 a 17 años, lo que coincidiría con los jóvenes objeto de esta investigación, de numerosas desigualdades (Jouët y Pasquier, 1999).

Pocos años después otros investigadores remarcaron la diferencia entre brecha digital y desigualdad digital (Di Maggio y Hargittai, 2001), caracterizada por las dificultades de acceder a Internet en igualdad de condiciones de las personas con menos recursos y, por lo tanto, con peores equipos y conexión.

En el capítulo 1 ya se avanzaban como a lo largo de los últimos años se han ido modificando los enfoques con respecto a la brecha digital y de qué modo parece que esta está desapareciendo.

Los jóvenes investigados vienen con sus testimonios a corroborar estos planteamientos, ya que no consideran que la situación económica pueda llegar a ser una razón de exclusión digital. De hecho, tan solo en un caso, ya señalado anteriormente, la hermana de la pareja de i3, existe una renuncia explícita a poseer un smartphone por cuestiones económicas.

En el otro lado se sitúa, por ejemplo, i5, quien a pesar de las dificultades económicas que atravesó en su llegada a Zaragoza siempre intentó encontrar un hueco, para a través de la tecnología poder comunicarse con su familia en Marruecos.

*(Empiezo a acudir al locutorio) En muy poco tiempo. Me iba por las tardes al locutorio, ¿No? A pelar una hora por lo menos, una hora lo menos antes de comprarme el ordenador. Sí.*

*¡Hombre, yo creo que no he ido casi a diario. O sea, al principio sí, la verdad es que me iba todos los días, todos los días, todos los días, incluso sábados y domingos, ¿No? Pero yo creo que luego empecé a dejar de ir todos los días, ¿No? Sí. Porque claro, ibas por la tarde pues para tomar algo, porque eran las dos horas de fiesta, de descanso, pues me iba, me iba Alcampo y a tomar algo.*

*Y entonces es con el tiempo, es cuando me compré el ordenador. Dos años más o menos. Sí, dos años, más o menos. Pero el principio yo creo que fue unos seis meses o así, ocho meses, yo iba casi todos los días, al locutorio, pero todos los*

*días. Y el día que tenía fiesta pues me pegaba toda la tarde, porque claro, te podías beber ahí y todo, pues yo me cogía una silla ahí y me ponía los cascos y me quedaba allí esperando o hablando con alguien o esperando alguna cita con algún amigo o con tus padres, que te decían, pues bueno, a la hora tal pues entramos. Y ahí... (i5)*

Para ello aprovechaba las pocas horas libres que tenía en una residencia, donde trabajaba de forma irregular. En su estancia en Zaragoza, i5 ha compartido piso con personas de diversas nacionalidades (de América Latina, el Este de Europa, etc.) así como se ha relacionado habitualmente con otros migrantes procedentes del Magreb o del mundo árabe. Su percepción es que las personas con las que se relaciona tienen el mismo acceso a la tecnología, por ejemplo, a través del smartphone, “*e igual tienen el mejor*”.

También en el capítulo 1 se hacía referencia a las investigaciones de Gimeno (2014: 150) sobre el papel que desempeña la tecnología, específicamente las redes sociales, en los menores migrantes en Aragón, convertida incluso en pieza clave a la hora de construir sus imaginarios.

Estos testimonios vienen a corroborar, asimismo, el planteamiento que algunos investigadores han elaborado a raíz de sus experiencias en zonas de América Latina, como Martín-Barbero (2008: 30). Una de las conclusiones reside en que el nivel económico no determina tanto el acceso a la tecnología como su posesión. Idéntica conclusión se desprende de las experiencias de i5, coincidiendo con lo apuntado por Gimeno (2014: 150).

El resto de jóvenes no identifican el nivel económico como un problema a la hora de acceder a la tecnología, o por lo menos a la tecnología con la que se encuentran más familiarizados: hoy en día el omnipresente smartphone.

### 8.3.2. Brecha digital generacional

Los jóvenes de entre 20 y 30 años han tenido una relación muy familiar con la tecnología. De sus relatos se desprende, como ya se ha venido indicando a través de sus propias palabras, que en algunos casos ayudaron a las generaciones que les anteceden a descubrir o interpretar algunos de los elementos tecnológicos que comenzaban a introducirse en sus hogares. Como define Susca (2012: 121) los jóvenes serían los “*nuevos magos, depositarios de un saber oculto*”.

Si nos atenemos a los testimonios de los jóvenes investigados, esta definición no se ajustaría a sus experiencias, ya que en muchos de los casos los ordenadores también era utilizados por sus padres o madres, cuando no introducidos en los domicilios por ellos mismos. Eso no resta para que en algunos elementos (se puso como ejemplo la programación del DVD) la pericia o familiaridad de los jóvenes con la tecnología les diera una ventaja sobre sus padres.

A lo largo del tiempo, sin embargo, todo indica que la denominada brecha digital, también en lo que respecta a la diferencia de edad, se encuentra en franco retroceso. Al igual que los jóvenes se han apropiado del smartphone y del Whatsapp como uno de sus hábitos tecnológicos imprescindibles en sus vidas, con el tiempo esta misma situación se está produciendo en las generaciones que los anteceden.

Así lo demuestra el hecho de que una buena parte de los jóvenes entrevistados (i2, i4, i6) forman parte de grupos de Whatsapp en el que coinciden, al menos con su familia nuclear.

En cuanto a otras tecnologías, como el ordenador, también en muchos casos existe una utilización común e incluso *negociada* con los padres/madres. Al margen de que los

jóvenes puedan demostrar mayores habilidades, cada vez resulta más habitual que los padres o madres interactúen con el ordenador, tanto por cuestiones laborales como por otras de tipo más lúdico o incluso para comunicarse, como es el caso de i5, que se conecta habitualmente con su familia a través de programas de Internet.

Como se verá en un capítulo posterior, incluso se llega a dar el caso de que algunos padres (por ejemplo, de i7) utilizan habitualmente programas de descarga para acceder a productos culturales, como películas o música.

Paradójicamente los jóvenes son conscientes de que la brecha digital se va estrechando con las generaciones que los antecedieron, mientras que en casi todos los casos consideran que quienes se encuentran mucho más familiarizados con las tecnologías de la información son las generaciones posteriores.

Este discurso de diferencia generacional se observa especialmente en aquellos jóvenes que cuentan con hermanos menores (i3, i4, i6, i7 e i8). El caso de i5 resulta más complicado de evaluar, puesto que al encontrarse fuera de su ámbito familiar, no conoce exactamente el grado de penetración de las tecnologías de la información en las vidas de sus hermanos actualmente.

En el lado opuesto i8, habitualmente poco interesado en la tecnología, sí observa un comportamiento diferente de sus hermanas, muy activas a través de las redes sociales e incluso con el Whatsapp.

Algunos comportamientos, como la escritura de textos a través de Whatsapp o la mayor destreza a la hora de desenvolverse con los smartphones se asocian a personas nacidas con posterioridad a su generación.

## **CAPÍTULO 9**

# **HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL**

Una vez analizadas cuáles son las formas de interpretar las tecnologías de la información y el modo en el que los jóvenes se relacionan con ellas, en el siguiente capítulo se van a abordar los hábitos de consumo cultural de los jóvenes aragoneses. Partiendo de la perspectiva de Featherstone (1995: 76) el concepto de sociedad de consumo reserva un aspecto esencial al consumo, hasta tal punto que se considera central para la reproducción social. El consumo también ha obtenido en los últimos años un papel fundamental a la hora de construir la propia identidad (Wortman, 2001).

A lo largo del capítulo 3 ya se analizó el concepto de consumo cultural y el significado que algunos teóricos le han otorgado. Sin embargo, resulta interesante remarcar la idea de la construcción de la propia identidad a través del consumo cultural, incluyendo además en el mismo a las tecnologías de la información, puesto como se indica en Feixa et ali (2002) se trata del nuevo horizonte donde los jóvenes desarrollan sus procesos de enculturación.

Por ello la investigación se adentró en los hábitos culturales de los jóvenes aragoneses en la actualidad y la forma en la que la tecnología incide o no en este tipo de consumo.

### **9.1. Literatura**

Tan sólo dos de los ocho jóvenes entrevistados manifiesta leer libros de forma habitual. Se trata de i6 e i7. Si bien ambas consideran que leen poco, también reconocen que pueden llegar a leer entre tres o cuatro libros al año. Al tratarse de una

investigación de tipo cualitativo esta proporción no supone un dato representativo, para ello, sin embargo, se dispone de los datos de la Encuesta de Hábitos y prácticas culturales en España (2014/15), que se desglosan en el capítulo 4.

En ambos casos también consideran que leen menos que unos años atrás, en el caso de i6 se achaca esta falta de dedicación a la lectura a la carrera que se encuentra estudiando, lo que además le *obliga* a leer una gran cantidad de libros relacionados con sus estudios de Derecho. Al mismo tiempo, la joven cree que un libro tiene que gustarle mucho para que pueda completar su lectura.

*O sea, a mí un libro me tiene que gustar muchísimo para que lo empiece a leer... Eso sí, lo empiezo y lo acabo y me lo leo en dos o tres días por muy tocho que sea, que es lo que me acaba de pasar ahora con un libro que me ha dejado mi madre. Pero no puedo leer cualquier libro. Me aburro. Me aburro y lo dejo, lo acabo dejando. (i6)*

En una situación similar se encuentra i7, que achaca su diferente actividad lectora al estilo que vida que lleva últimamente, en la que alterna estudios y trabajos, además de la dedicación al grupo scout y sus encuentros con sus amistades.

*Antes más que ahora, ahora con todo lo... Porque antes solía leer por la noche, en la cama. Y ahora que estoy, que voy como un piojo, o sea, como un pollo sin cabeza por ahí pues... (i7)*

En un estadio diferente se situarían los jóvenes i4 y i5. El primero a pesar de no leer literatura, asegura que suele comprar libros relacionados con temas de su interés, como la comunicación y el periodismo, si bien no se trata de una práctica sistematizada. En cuanto a i5, en el momento en el que se realizaron las entrevistas no leía, si bien desde que llegó a España compró numerosos libros, principalmente en español y con objeto de conocer aspectos de la cultura de acogida, así como perfeccionar el idioma.

*Hay libros es que no me han servido para nada. Lo que me interesaba a mí era algo que estuviera escrito en español, que tenga una historia, yo qué sé, me da igual. Y yo es que vamos, igual un libro, igual lo tienen mi... ¡Vamos! (i5)*

Se trataba de una práctica que no tenía un criterio fijo, en la que parece que el joven entendía el consumo cultural no desde la óptica que define García Canclini (1993: 34, en la que el valor simbólico prevalece sobre el uso. Este *modus operandi* recuerda a la lógica de la sociedad de consumo a la que hace referencia Bauman (2006: 109): una sociedad de consumo basada en satisfacer los deseos humanos (el deseo del joven por adquirir la cultura española) que, paradójicamente, resulta seductora en la medida en la que el deseo permanece insatisfecho. El propio joven reconocía que no era capaz de leer todos los libros que fue adquiriendo y que en el transcurso de una mudanza había donado muchos de ellos a una institución humanitaria.

En cuanto al resto de jóvenes, el interés por la literatura resulta ser mucho menor. En el caso de i8 no manifiesta interés alguno y recuerda que la última vez que leyó un libro fue, muy posiblemente, alguno de los que les obligaban a leer en clase.

Por otro lado, tanto i1 como i3 si bien no leen literatura, sí muestran cierto interés por leer otro tipo de contenidos e informarse a través de diferentes plataformas.

Por último, i2 ofrece una postura diferente: A pesar de no leer habitualmente, asegura que le encantaría leer, querría hacerlo y que le gustase. Su deseo, no obstante, choca con la realidad, se muestra incapaz de hacerlo.

*A mí me incentivaban pero que si quieres... A mí no me gusta leer nada, pero nada de nada. Me gustaría que me gustara, pero no me gusta. No sé, es que cojo un libro y me pongo a leer dos páginas y es que como... “Pues si estaba pensando yo ahora en otra cosa y tengo que volver a empezar”. (i2)*

Uno de los aspectos más curiosos de este primer análisis es que los ocho jóvenes reconocen que personas de sus respectivos entornos leen habitualmente, en ocasiones incluso de forma muy continuada.

En el caso de las madres, las que a ojos de sus hijos/as cuentan con una actividad lectora más habitual son las de i1, i2, i4, i6 e i7. Un dato a tener en cuenta es que el nivel de formación de las madres a las que sus hijos asocian con la lectura no resulta uniforme. Tan solo dos de ellas concluyeron sus estudios universitarios (i1 e i7), mientras que en otro caso (i6) no llegó a concluir la carrera universitaria. En cuanto a las otras dos madres (i2 e i4) no tienen estudios superiores. A pesar de ello, i2 asocia la imagen de su madre a la lectura, puesto que lee continuamente. De las madres del resto de jóvenes, una de ellas comenzó la carrera de Turismo, que no llegó a concluir (i3), mientras que otra (i5) ni siquiera llegó a escolarizarse y no sabe leer ni escribir.

En un caso (i6) la madre se ha mostrado proactiva a la hora de incentivar la práctica de la lectura de sus hijos, pero la propia protagonista reconoce que actualmente lee menos que en otros momentos de su vida. En cuanto a su hermano, que ronda los 18 años, también manifiesta otros intereses aparte de la lectura.

En cuanto a los padres, son los miembros más lectores en las familias de i3 e i5. En el primer caso, su hija manifiesta que es un amante de la literatura histórica y que habitualmente le regalan libros relacionados con esa temática. También es un habitual lector el padre de i2, si bien en menor medida que la madre.

En cuanto a otros dos casos (i1 e i7) los padres suelen leer otro tipo de contenidos:

*Y mi padre por ejemplo, en su juventud sí. Pero desde que yo conozco libros de lectura no, aunque siempre está leyendo cosas, pero los libros de lectura no es su*

*fuerte.*

*(Lecturas del padre). Sí, libros de formación o estar al día de las cosas, de política, de eso, de algo que le atrae, de formación. (i1)*

El de i7, por su parte, lee escritos de todo tipo en Internet (foros, páginas web, etc.).

Los padres titulados universitarios son dos (i6 e i7), ambos ingenieros. El resto cuenta en su mayoría con estudios medios relacionados con su actividad profesional o incluso sin estudios.

Se observa por lo tanto que el grado de formación no se manifiesta como una variable absoluta a la hora de que los padres sean más o menos lectores ante sus hijos. Si bien en los dos casos en los que nos encontramos ante jóvenes con cierto hábito de lectura (i6 e i7) coincide que sus padres son universitarios (una de ellas, precisamente la que de forma más vehemente incentiva la lectura de sus hijos, la madre de i6, sin haber concluido su formación).

Al margen de los progenitores, también otras personas del entorno de los jóvenes muestran afición por la lectura, se trata de la novia de i1 y una de las hermanas de i8.

Esta influencia de familiares o personas cercanas a cada uno de los jóvenes nos evoca el papel que puede desempeñar la familiar a la hora de reproducir lo que Bourdieu (2001) denomina “*capital cultural incorporado*”, que se convierte en parte integrante de la persona, en *habitus*, dado que resulta interiorizado en los individuos.

En lo relativo a la influencia de la tecnología en la lectura (de libros), un primer aspecto interesante es el que, a diferencia de otros elementos tecnológicos (principalmente ordenadores portátiles o smartphones) los lectores de libros electrónicos (ebooks) parecen no haber alcanzado un alto grado de penetración.

Ninguno de los jóvenes entrevistados tenía uno en el momento en el que se realizó la investigación.

En un caso (i7) se le había regalado uno, pero su madre (mucho más lectora que ella) se había “apropiado”, según sus propias palabras, de él. En otro caso (i2) también la madre disponía de este aparato mientras que i1 se lo había regalado a su novia.

La madre de i2 sí utiliza habitualmente el ebook para leer, consiguiendo los libros a través de su prima (de la misma edad, aproximadamente, que la joven investigada y que reside en la misma población), que a su vez se los descarga de Internet. Este tipo de intercambios o formas de conseguir contenidos culturales (bien a través de la descarga directa de uno mismo, bien a través de circuitos informales de amistades que se lo descargan o los consiguen por otras personas) son muy habituales en todos los casos, como se podrá comprobar en los siguientes apartados.

Tan solo en un caso (i5) se reconoce cierto interés por leer a través de ordenador, una práctica que le recomienda a su propio padre. Se da la circunstancia, además, de que este joven comentó que había tenido un dispositivo de lectura de libros electrónico, que sin embargo perdió o se lo dejó a algún amigo.

Pero la norma general de los jóvenes investigados, algo que también queda patente en los datos aportados en el capítulo 4, resulta ser que la lectura de libros o literatura a través de dispositivos electrónicos no ha alcanzado todavía el mismo nivel de popularidad que otras prácticas tecnológicas.

De hecho, de los relatos de los jóvenes se manifiesta un desinterés casi generalizado por los libros de literatura o un interés muy poco entusiasta. Y este hecho resulta totalmente independiente de la irrupción de las tecnologías de la información.

## 9.2. Prensa escrita impresa

Algunas voces autorizadas apuntan a que, tras varias décadas de declive, la prensa escrita se encuentra actualmente ante una importante crisis que puede hacerla desaparecer, migrando hacia otros medios (Díaz Nosty, 2013: 3).

Tal y como se puede comprobar por los datos del capítulo 4, la prensa aragonesa también está atravesando un momento delicado, con un continuo descenso en la difusión e incluso con un importante descenso en el número de cabeceras en los últimos años.

Por este motivo, resulta de especial interés conocer la forma en la que los jóvenes aragoneses consumen la prensa escrita y el papel que esta juega en sus vidas.

Solo uno de los jóvenes (i4) dice comprar periódicos habitualmente. Esta excepcionalidad se mantiene incluso entre su grupo de amigos. De hecho, a él mismo le sorprende que incluso entre sus compañeros de carrera (estudia Periodismo) comprar prensa escrita resulte un ejercicio excepcional, “*van con el Twitter, con el este, y no miran...*”. A pesar de no realizarlo con una frecuencia o periodicidad establecida, cuando compra periódicos suele adquirir varios a la vez.

*Regularmente no. Pero muy de vez en cuando pues me da la bombilla y digo, pues... Es que además yo soy un poco de arrebatos, que hay días que llego, paso por delante de kioscos y digo “Hoy me compro el Marca, el As, El Mundo y El País”. Y voy con cuatro periódicos a casa y me zumbo los cuatro e igual luego estoy dos semanas sin comprar ningún periódico. (i4)*

Este interés por la prensa, sin embargo, parece no tener origen en ningún comportamiento adquirido en su familia. A diferencia de lo que ocurre con otros de los

jóvenes, donde resultaba habitual que, al menos un día por semana los periódicos entraran en sus domicilios, en el caso de este joven el primero miembro de la familia nuclear en comprar la prensa fue él. A pesar de ello, sí tiene referencias de que sus tíos compraran de un modo más o menos habitual prensa, uno de ellos *El Mundo*, otro *El País* y un tercero el *Diario de Teruel*. “Y si no compraban, lo leían en el bar”. A pesar de ello, no recuerda muy bien cuando comenzó su interés por la actualidad, pero cree que fue de un modo más o menos espontáneo, puesto que en su entorno más cercano carecía de un hábito de lectura de la prensa.

*A ver, es una... un caso extraño, pero yo creo que es generación espontánea o sin ser generación espontánea simplemente porque me interesaba a mí, porque en mi casa mis padres nunca han sido de comprar el periódico, siempre han sido de ver las noticias, pero nunca han sido de que yo me levante y ver el “Diario de Teruel”, o el “Heraldo” o “El País”... Muy de vez en cuando ellos, pero muy de vez en cuando, ellos compraban el Diario de Teruel. Agún tío mío sí que es verdad que sí que compraba más habitualmente... o venía a comer y venía con el periódico. Luego en la comida siempre hemos comentado temas más de política o temas más de actualidad o lo que sea... Y de deportes tampoco, porque mi padre personalmente nunca le ha gustado el fútbol, nunca ha sido de ningún equipo...  
(i4)*

Los deportes fueron para este joven un primer centro de interés, a través de las retransmisiones deportivas de fin de semana, que le fue llevando a acercarse a la prensa de papel. Durante un tiempo su madre trabajó en un kiosco, época de la que ya recuerda su interés por la actualidad, especialmente deportiva, lo que le ayudó en cierto modo a comenzar a comprar periódicos.

*En ese momento, cuando ella trabajaba en el kiosco yo tenía doce, trece, cuando empezaba a estar enganchado en la radio y tal y compraba el AS, porque en el AS escribía Paco González, Tomás Guasch, Manolo Lama, escribían entonces en*

*el AS, bueno Alfredo Relaño, Juanma Trueba, no sé qué, que los escuchaba yo en la radio y decía, pues ha escrito aquí, vamos a ver qué ha puesto este, qué noticias trae el periódico. Y pues cuando esa etapa pues sí que me facilitaba muchas veces el periódico, ¿no? Pero hasta entonces, mi madre o mi padre no solían comprar el periódico y no estaban especialmente vinculados, ni al deporte, ni a la información. (i4)*

Como se puede observar el caso de i4 no resulta en absoluto extrapolable al del resto de jóvenes de su generación, ni siquiera se identifica en sus compañeros de Facultad, lo que en un principio podría resultar extraño, siendo que cursan estudios relacionados con la Comunicación.

A diferencia de él ninguno de los otros jóvenes investigados compra el periódico regularmente, en algunos casos ni siquiera tienen constancia de haberlo hecho alguna vez en sus vidas. No obstante en todos los casos los periódicos han estado presentes de forma mucho más habitual en sus hogares existiendo, de algún modo, un hábito familiar de consulta.

Dos jóvenes (i2 e i6) recuerdan como sus padres estuvieron durante un tiempo suscritos al periódico. En ambos casos se trata de jóvenes de la provincia de Huesca y, curiosamente, del mismo periódico: el *Diario del AltoAragón*.

En el primer caso el periódico no podía comprarse en su pueblo, para ello había que desplazarse hasta otras poblaciones de la comarca del Sobrarbe (preferentemente Aínsa o Boltaña). La suscripción aseguraba que el periódico llegase a su domicilio todos los días.

En las poblaciones de otros dos jóvenes del ámbito rural (i3 e i8) tampoco se disponía de un kiosco u otro establecimiento de venta de periódicos. En el caso de i3 la población más cercana es Ejea de los Caballeros, mientras que en el de i8 el lugar más

próximo donde se puede comprar la prensa es Alcorisa. En todo caso, i8 recuerda como los periódicos llegan a los bares (actualmente solo uno) de su pueblo todos los días con el correo, de lunes a sábado. El periódico de los domingos, precisamente el día en el que tradicionalmente más prensa se vende, llega el lunes.

En casa de i1 dejaron de recibir el *Diario del AltoAragón*, después de haber estado suscritos muchos años, hace “*relativamente poco*” y el joven establece una relación de causa-efecto directa con la llegada de Internet.

Por su parte, en la casa de i6 no tenían ningún problema de distribución de la prensa, puesto que su familia reside en Huesca ciudad, pero dejaron de estar suscritos porque, según ella, resultaba un gasto prescindible, ya que no se le daba un uso apropiado.

*Lo que pasa que después, bueno, pues ya nos dimos cuenta que tampoco lo tocábamos mucho, el periódico, y dejamos de pedirlo, porque era un gasto de papel innecesario. (i6)*

Para el resto los periódicos han aparecido en sus casas de una forma habitual, si bien en ningún caso se recuerda que alguien de su familia nuclear lo comprara todos los días como norma.

Dos jóvenes (i3 e i8), ambos del ámbito rural recuerdan como su padre llevaba el periódico de un modo frecuente. En el caso de i3 el periódico (*Heraldo de Aragón*) llega al lugar de trabajo de su padre y él a su vez lo lleva a casa. Por su parte, el padre de i8 compra el *Heraldo de Aragón* los jueves, los días en los que se publica la *Lonja del Ebro*, con los precios de productos agropecuarios.

También en el ámbito rural, si bien carece de los problemas de distribución citados en los ejemplos anteriores, en casa de i2 se suele comprar el periódico, el *Heraldo de*

*Aragón*, los domingos. Al margen de ese día resulta muy improbable, “*a no ser que vaya a salir una noticia que mi padre sepa que va a salir y lo compre*”.

También i5 recuerda que su padre habitualmente compra un periódico en Marruecos, “*parecido a El País de aquí*” y que lo lee asiduamente.

Los abuelos también desempeñan un papel en la adquisición o hábito de comprar la prensa, al menos en los casos de dos jóvenes (i3 e i7). Ambas aprovechan sus visitas de domingo, coincidiendo con la comida familiar en el domicilio de sus abuelos (la primera en Ejea de los Caballeros, la segunda en Zaragoza) para hojear el periódico.

Todavía hay un caso más. La joven i6 comenzó a habituarse el periódico todas las mañanas en Barcelona, generalmente *El País* y *La Vanguardia*, aprovechando que los dos rotativos llegaban hasta la residencia donde vivía en la capital catalana. La oscense comenzó entonces a interesarse por la actualidad, algo que también se incentiva desde las clases de la Universidad privada a la que asiste. Sin embargo, esta práctica nunca antes la había realizado en su localidad natal.

Sobre los hábitos de lectura de la prensa todavía quedaría otra variante y es la posibilidad de consultar los periódicos en lugares de uso común, como por ejemplo los bares. Dos de los entrevistados, ambos varones y de localidades rurales alejadas de Zaragoza (i1 y i8) aseguran que suelen buscar los periódicos en estos establecimientos. El primero de ellos lo hace muy asiduamente para buscar información de cercanía e incluso para enterarse de la agenda cultural de la zona. El segundo se muestra asimismo interesado en las noticias de la provincia o de la comarca y suele aprovechar el momento del “café” en el bar para hacerlo. Es habitual que, si la noticia en cuestión le interesa, se la lea en su totalidad. Coincidiendo con una de las sesiones de la investigación llevadas a cabo, el joven había leído el mismo día la noticia sobre un accidente laboral producido en la zona y que afectó a uno de sus mejores amigos y otra

sobre las protestas que los agricultores y ganaderos de la provincia de Teruel estaban llevando a cabo frente a la nueva Política Agraria Común (PAC).

El tercer joven que suele llevar a cabo esta práctica de consultar la prensa en bares u otros lugares es i5. El joven migrante sigue de un modo especial el *Heraldo de Aragón* y asegura que cuando se encuentra en un bar intenta localizar el ejemplar del establecimiento para consultarlo. Asimismo, también hojea la prensa deportiva, sobre todo la especializada en el fútbol, su deporte preferido y el Real Madrid, del que se muestra seguidor.

### **9.3. Prensa escrita no impresa y otros canales de información**

Al margen de la prensa escrita impresa, prácticamente todos los jóvenes entrevistados (a excepción de i8) son consumidores de medios de comunicación escritos en otras plataformas.

En el apartado sobre las *extensiones* de los jóvenes ya se dio a conocer la actividad comunicativa de i4, posiblemente el más prolífico de todos los investigados. Al margen de él, el resto de los jóvenes utiliza muy regularmente otras formas de información, principalmente a través de Internet.

Uno de los más activos se muestra es i5, quien consulta muy habitualmente la versión digital de *Heraldo de Aragón* ([www.heraldo.es](http://www.heraldo.es)). Otros optan por medios de cercanía, como i1, que consulta habitualmente una web sobrarbesa que ofrece noticias de la comarca. En cuanto al resto, la búsqueda de información parece mucho menos focalizada a un medio en concreto.

La joven i2, por ejemplo, encuentra una gran diferencia entre la forma en la que ella busca la información y su padre, que cuenta con 58 años, quien accede directamente a

las versiones de los medios digitales, mientras ella no se guía tanto por el medio en cuestión, sino por la noticia.

*No sé, es que no lo busco, pero... no sé, es que tampoco me meto al Heraldillo como mi padre que se mete al Heraldillo o al Periódico y lee las noticias en Internet. Yo me meto si me dicen una noticia y busco la noticia, no busco, no busco el Heraldillo y esto. Pongo la noticia y la busco. (i2)*

Esta forma de acceder a la información, que depende mucho menos del medio que de la noticia en sí, también se comparte con otros jóvenes. Ninguno de ellos ha pagado por información a través de Internet y utilizan habitualmente canales informales de acceso a la información, como puede ser el caso de Facebook o incluso de la actividad de los grupos de Whatsapp en los que participan.

*De hecho constantemente, porque de hecho tenemos un grupo, de Whatsapp, y siempre están subiendo... pues suben de todo, pues suben barbaridades, fotos guarras, noticias, pues eso, debatimos, uno empieza "Pues que se vayan a tomar por culo los inmigrantes", la otra contesta "Que los dejes en paz" y bueno, ahí empieza una discusión de quince minutos y bueno, pues ahí... tanto por Whatsapp como... (i6)*

Facebook y Whatsapp aparecen, por lo tanto, como alternativas a los medios de comunicación convencionales, donde se comparten y comentan habitualmente noticias. Internet aparece como un canal donde documentarse, si bien los discursos de los jóvenes no parecen transmitir un criterio claro sobre la búsqueda de la información, ni la necesidad de *investigar* más o contrastar la información que les ha llegado.

La única que reconoce hacerlo conscientemente es i3, quien suele mantener una actitud crítica.

*Es que no tengo una fuente tampoco fija. Voy un poco investigando y seleccionando las páginas que voy... Depende de las páginas que pongo, intentar mirar donde me meto, y que sea un poco, contrastar o que sea un poco de veracidad... No te vas a meter en la página de pepito de por decirte algo, de enoticias, yo qué sé, el Heraldo, por ejemplo, me gusta mucho (...). Sí, me gusta... A ver, depende, si me quedo con la copla pues igual no, pero a veces lo lees y dices “¿Pero esto puede ser así?” y me gusta, sí, me gusta contrarrestar un poco (...). Depende, si me toca a mí en lo personal pues sí, pero si no, no suelo... A mí es que la ley, me ha tocado estudiar leyes... Si, no, pero por ejemplo en ese sentido... Buf, me aburro, tengo que leer la misma esta cuarenta veces. Pero sí, sí.*  
(i3)

En otros discursos, como los de i6 o i7, encontramos un reconocimiento claro a que las noticias pueden llegar a estar manipuladas o interpretadas desde un sesgo determinado, pero, al mismo tiempo, se asume este hecho como algo inherente a la propia comunicación.

*Pero, claro, si lees un diario está claro que ha pasado por una editorial, por alguien que lo controla, que está claro que no va a escribir cualquier tontería. Después, que sea de una ideología o de otra, pues bueno, pues eso ya tienes que saber que un periódico está decantado hacia un lado o hacia otro, y quien lo escribe, y quien lo edita y todo esto.* (i6)

*¡Ah! Yo me las leo todas igual y luego ya opino yo... Pero como solamente leo el Heraldo tampoco puedo saber a qué lado tira más uno u otro o compararlos. Porque no... (...). Sí. A ver, yo me las leo, luego ya me la creeré o no, o pensaré lo que sea, pero...* (i7)

Parece imponerse, por lo tanto, un consumo de la información a través de canales más o menos informales (Facebook, grupos de Whatsapp) que se intensifica con los smartphones como principal *puerta* de acceso a Internet. Teniendo en cuenta la

definición de opinión pública de Habermas (1973: 61) en la que en cada conversación en la que los individuos se reúnen como público se constituye una porción de espacio público, nos encontraríamos ante un modo muy distinto de construir la opinión pública, que en este caso mezclaría aspectos públicos y privados. Si bien se aleja del objeto de la presente investigación, cabría analizar el modo en el que puede modificar la conformación de la opinión pública el hecho de que los jóvenes de entre 20 y 30 años comiencen a acceder a la información por canales informales, a través de grupos más o menos cerrados (como es el caso de Whatsapp) en el que no se tiene en cuenta el sesgo del medio de comunicación en cuestión.

No obstante, a pesar de que el acceso a la información pueda producirse de un modo informal o de que Internet supone una fuente habitual de información para los jóvenes, especialmente la Wikipedia, sorprende que en algunos casos se le otorgue mayor credibilidad a la prensa de papel, como así lo expresan explícitamente i4 e i6. En lo respectivo al primero de ellos, incluso a pesar de disponer de las aplicaciones de algunos medios, como es el caso de *El País*, considera que la edición de papel cuenta con mayor credibilidad.

*Yo creo que la prensa escrita la compramos o los que somos más gilipollas o los que tienen más vocación, o los que tienen un poco más de nostalgia o llámalo como quieras... A mí además me gusta más leerlo... Tengo la sensación, igual es real o es mentira, de que me informo más leyéndolo en periódico que en Internet.*

(i4)

Los hábitos de lectura de periódicos indican que existe una clara migración hacia los medios digitales, de la que se hace eco Díaz Nosty (2013). Sin embargo, a pesar de que el descenso en número de cabeceras (en papel) y difusión es continuo, todavía existe cierta cultura de consulta de la prensa de papel, a la que, además, algunos de los jóvenes le reconocen una mayor credibilidad que otros medios de comunicación. Si a este hecho se le añade que, como ya expusiera McLuhan (1996: 220) hace más de

medio siglo, que tendemos a buscar noticias en los periódicos que ya conocemos previamente, no resulta sencillo poder aventurar cuál es el futuro que pueden albergar los periódicos.

Lo que sí parece descartado es que, al menos de momento, los jóvenes opten por acceder a contenidos de pago, sometiendo incluso el criterio de la gratuidad al de la línea editorial. Esto es, al menos los jóvenes entrevistados prefieren acceder a un contenido gratuito que a uno que se acerque a sus posicionamientos ideológicos. No en vano, la cultura de la gratuidad, presente en Internet desde sus primeros años (Manovich, 2005: 313) (Scolari, 2008: 186-187-188) o incluso la *cultura del regalo* (Castells, 2001: 62) como se verá en los próximos apartados, es uno de los rasgos más significativos que ofrece la relación de jóvenes, tecnología y hábitos culturales.

#### **9.4. Radio**

Históricamente la aparición de nuevos medios de comunicación siempre ha llevado aparejado la readaptación de los medios de comunicación ya existentes, entre otras cosas para evitar la impotencia económica que supone el aislamiento (Horkheimer y Adorno, 1998: 178). Con la aparición de la radio se produjo una primera redefinición del papel de los periódicos, en los años veinte del siglo pasado (Fidler, 1998: 118), llegándose incluso a pensar que la radio AM sería el medio de comunicación de masas más importantes hasta bien entrado el siglo XXI (Fidler, 1998: 205). Los cambios tecnológicos producidos tanto en aquellos años como en los que los posteriores demostraron la dificultad de establecer profecías en lo respectivo a los medios de comunicación.

De hecho, solo unos años después también se especularía sobre la posible desaparición de la radio (Ob. Cit.), al igual que previamente (y posteriormente) se hizo sobre la prensa escrita e incluso sobre la televisión (Gilder, 1992). En los primeros años de

Internet, sin embargo, algunas voces ya se pronunciaron sobre las posibilidades que el nuevo ecosistema tecnológico podía ofrecerle a la radio (Castells, 2001: 224).

Por las propias características del medio (portabilidad, ubicuidad) así como por la forma en la que se ha podido y sabido adaptar a las innovaciones tecnológicas, integrándose en Internet o en los teléfonos móviles, la radio parece haberse amoldado perfectamente a la revolución digital.

La radio aparece en los discursos de los ocho jóvenes de forma omnipresente. Por un lado, se trata de un elemento tecnológico que, junto a la televisión, se encontraba en absolutamente todos sus domicilios desde que ellos tienen consciencia. Por otro, también en la gran mayoría de los casos asocian la radio a sus padres y a las actividades que estos realizan en sus casas. La visión de la radio como un elemento de compañía de la familia está muy presente en cada uno de los jóvenes investigados.

La radio ofrece, por otro parte, unas características peculiares en un lugar como Aragón. Se trata de un medio donde, como ya pudimos comprobar en el caso de la prensa escrita, se aprecia unas notables diferencias entre el potencial consumo que de ella se podía hacer en zonas urbanas y zonas rurales. Ya en los años cincuenta, antes incluso de que comenzasen las emisiones de Televisión española, el Instituto de Opinión Pública señalaba que la radio era la actividad de ocio (de entre las cuatro que se proponían a los encuestados: oír la radio, pasear, visitas e ir al cine) en la que se podía encontrar una mayor diferencia entre el ámbito urbano y el rural. Mientras el 53,50% de los urbanos aseguraban escuchar la radio, esta proporción se reducía al 51% en el caso de los municipios intermedios y descendía al 40,50% en los rurales (Gómez y Cabeza, 2013).

Desde que la Frecuencia Modulada (FM) comenzó a popularizarse, a mediados del siglo pasado, la radio adquirió una mayor calidad de emisión, pero precisó de cercanía,

bien a través de estaciones, bien a través de repetidores. Esta situación provocó que la oferta radiofónica fuese diferente en las ciudades con respecto a los municipios o zonas dispersos en el territorio, como ocurre con muchas de las comarcas del Aragón rural.

Los casos más claros son los de dos de los jóvenes entrevistados (i1 e i8), que atestiguaron las dificultades (y la falta de oferta) a las que se enfrentaban en sus poblaciones originarias para poder escuchar la radio.

*Y sí, claro, la radio si tenías buena antena... pero vamos, no se suele tener. Por ejemplo en la del coche es donde más se coge, más que aquí en casa. Pero sí, era pues eso, a raíz de Internet, era como más... (i1)*

Las posibilidades de escuchar diferentes estaciones de radio se reducían en el caso de su pueblo, en el Sobrarbe, a emisoras de Radio Nacional o Radio Sobrarbe. Gracias a Internet, por ejemplo, pudo acceder a alguna radio libre de Zaragoza en la que colaboran conocidos suyos que, de otro modo, nunca podría haber escuchado desde su pueblo.

Una situación similar vivían i3 e i8. En el caso de la primera, al vivir en un pueblo cercano a la Comunidad Foral Navarra se daba la circunstancia de que algunas veces interferían las estaciones de una y otra zona.

*¿Variedad? Es un jaleo. Ya no es variedad. Es que hay veces que cambian los diales y demás y es un jaleo. Aquí el problema que tenemos, o creemos que tenemos, es que se juntan frecuencias de Aragón y de Navarra. Entonces, si tú tienes buena frecuencia sí, pero como se juntan ya no oyes ni una, ni otra. Entonces lo que es la SER sí que se oye bastante bien, Aragón Radio también. De así cadenas musicales, la Dial, esa siempre la tienes, en toda España, la Europa FM desde que pusieron la Maxima FM se oye mal, no sé por qué. Y últimamente*

*escucho mucho la Melodia. (i3)*

En la población de i8 es posible escuchar algunas estaciones (él es consciente de que en la ciudad se escuchan “*muchas más*”) pero “*pero si te vas del pueblo hacia cualquier sitio ya no...*”.

La redefinición de la distancia, por lo tanto, vuelve a aparecer en la investigación. En esta ocasión la tecnología desdibuja las diferencias ente los ámbitos urbano y rural, ofreciendo a los habitantes de zonas aisladas o tradicionalmente periféricas la posibilidad de acceder a los mismos contenidos que los de las ciudades o zonas centrales. También la distancia tiende a desaparecer en la experiencia de i5, quien dispone en su smartphone de aplicaciones de radios (y televisiones) de su país originario, Marruecos.

La radio, bien a través de cadenas musicales o mini cadenas, bien integrada en otros aparatos para escuchar música a través de Cds u otros, fue un regalo habitual en las ceremonias de primera comunión de muchos de los jóvenes entrevistados. Así lo recuerdan cuatro jóvenes (i2, i3, i7 e i8). La primera comunión como rito iniciático, incluso en zonas sin un alto grado de religiosidad, que en otros momentos de la historia dio pie a la búsqueda de un empleo e incluso al adiós de la iglesia (Perrot, 1996: 113), a finales del siglo pasado ya había modificado completamente su significado social. La tecnología jugó un papel importante, a modo de regalos, en la comunión de la mayoría de los jóvenes investigados (o sus hermanos o hermanas). Aparte de los cuatro ejemplos ya nombrados, i4 también recuerda como el regalo *estrella* de su primera comunión fue la *PlayStation 2* y una televisión para poder jugar con ella en su cuarto. Dos de los otros jóvenes no realizaron la primera comunión: la familia de i5 era de religión musulmana y la de i6 no tenía sentimiento alguno de religiosidad.

Regresando a la radio y el papel que esta desempeña en la vida de los jóvenes, se trata de un medio de comunicación que se escucha a través de diferentes canales, tanto de las propias radios como en el teléfono móvil (uno de los principales usos que le daba i1 a su teléfono móvil, anterior a los smartphones) y, de un modo muy importante, en el coche. También se trata de un elemento presente en algunas actividades laborales, como es el caso del tractor de i1 y del taller de automóviles donde trabajaba i8.

En el domicilio de i7 la radio ha adquirido un papel central ya que, tras la última adaptación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) sus padres prefirieron no sintonizar la televisión. Otra joven, i3, comenta que en su casa llegan a plantearse habitualmente apagar la televisión y encender la radio, si la programación televisiva no les interesa, por ejemplo al mediodía, momento en el que se produce la desconexión de SER en Cinco Villas y se informa sobre la actualidad comarcal.

A diferencia de lo que se pudo comprobar con la falta de fidelidad a medios de comunicación concretos en el caso de la información de prensa escrita (impresa o no impresa), los jóvenes sí que manifiestan una mayor fidelidad a la radio, al menos a un tipo de radio concreto. La mayoría de los jóvenes tiende a escuchar radio musical (sobre todo estaciones de radiofórmula).

Diferente es la experiencia de i4, que por su propia vocación y vinculación académica (incluso profesional) a la radio siempre ha tenido una especial relación con ella (como ya se ha indicado anteriormente, sus amigos le suelen llamar “*el del pinganillo*”). Él escucha la radio constantemente, compaginando esta con todo tipo de actividades (televisión, redes sociales, etc.).

Si bien en algunos casos esta preferencia por los contenidos musicales tiene un carácter absoluto (i2), tendiendo a cambiar dial cuando “*hablan*” en lugar de “*poner música*”, en otros, a pesar de que existe una preferencia por los contenidos musicales,

es posible escuchar otros contenidos.

*Y siempre que cojo el coche después de que lo han usado mis padres la radio con noticias, Aragón Radio, probablemente, siempre, o la SER (...). Sí, la SER por ejemplo hay veces que me la pongo y depende de... Es que también a lo largo del día es muy variado, el temario. Hay veces que te hablan de canciones como te hablan de... Entonces si es interesante el tema del que están tratando, sí, me gusta. No sé, te informas también. Es una manera también de coger información.*  
(i3)

Sobre todo en el coche la radio se suele alternar con la música propia (grabada o comprada). Incluso aquellos con mayor interés por la música suelen recurrir a la radio muy habitualmente.

*Cuando me canso de las canciones que tengo pues pongo la radio y ya está (...). Igual hay una semana que me da por escuchar la radio y otra semana por poner la música en el pen. Como me da... (i2)*

Por los testimonios aportados, la radio goza de una presencia destacada en la vida de estos jóvenes. Se trata de un medio de comunicación que se ha adaptado completamente al nuevo ecosistema, que convive con el resto de medios de comunicación y que incluso se ha incorporado a las necesidades y posibilidades del mundo actual.

## **9.5. La música**

Ligado con el apartado anterior se encuentra la relación de los jóvenes con la música. Se trata de un fenómeno que como explica Wortman (2001) cuenta con múltiples dimensiones: identitarias, económicas y que “*alude tanto a fenómenos globales como nacionales, de identificación social, prácticas, etc*”.

Efectivamente, la música juega un papel muy relevante en la vida de los jóvenes, como se desprende de los testimonios de los ocho entrevistados. Forma parte de su identidad y por ello, cada uno muestra unas preferencias musicales, de acuerdo con el tipo de identidad que construyen de ellos mismos. En todo caso, la gran mayoría muestra unos gustos muy abiertos, no ciñéndose estrictamente a ningún tipo de música determinada.

Del mismo modo que en otros hábitos relacionados con la tecnología, la forma de acceder a la música por parte de los jóvenes, urbanos y rurales, repiten con bastante exactitud las diferentes fases y comportamientos por las que han ido pasando a través de los años.

En la época anterior a Internet los relatos coinciden en cuanto a que la música se obtenía, principalmente, a través de la grabación (CDs o incluso cassettes) o la compra. Como se viene repitiendo a lo largo de toda la investigación, en este punto de partida sí que se aprecia una importante diferencia entre el ámbito urbano y el rural. En dos casos (i1 e i8) los jóvenes del ámbito rural se encontraban bastante lejos de cualquier tienda de música o de discos, lo que les llevó, a través de sus pares a recurrir a catálogos de música como Discoplay (i1) o Tipo (i8).

Se trataba de la forma más sencilla para elegir música en sus respectivos pueblos, distantes de los centros de distribución de la cultura. Una dificultad ante la que no se encontraban las otras dos *representantes* de la juventud rural, i2 e i3, que vivían junto a poblaciones de mayor tamaño (Zaragoza la primera, Ejea de los Caballeros y Tudela la segunda), lo que facilitaba el acceso a productos culturales.

Con la llegada de Internet, también en esta ocasión la distancia dejó de jugar un papel decisivo. A partir de ese momento la descarga de música (independientemente de si se accede a ella de forma legal o ilegal) se convirtió en una práctica usual con la que de

una u otra forma todos los jóvenes entrevistados se han visto relacionados.

Las descargas de contenidos culturales (principalmente música, películas o series, aunque también libros o software, entre otros) han generado numerosas controversias a nivel mundial, incluso llegando a producirse en la mayoría de países (incluido el Estado español) un notable endurecimiento legislativo para tratar de evitarla. Los discursos de los jóvenes la asumen con naturalidad y en ningún caso se aprecian actitudes de condena o reprobación. i6, estudiante de Derecho, asume en su discurso la justificación de la descarga, basándose en el precio de los productos. Se muestra comprensiva con este tipo de actividades, aunque como se verá más adelante, ella no las realiza directamente.

*Yo qué sé, yo hay veces que me compro algún disco de música, por ejemplo el de Amaral y después escucho dos canciones de quince que hay. Y me estoy gastando un pastón para escuchar dos canciones. Pues se acaba descargando la música, no sé... (i6)*

Más allá sobre el debate legal que se pueda generar al respecto o incluso sobre las consecuencias en la industria cultural, ambas cuestiones ajenas al objeto de esta investigación, cabe recordar en este punto algunas características de la tecnología que estamos analizando.

Como ya se ha señalado en el capítulo 1, Castells (2001: 51) recuerda que Internet surge de la confluencia de mundos aparentemente contrapuestos, como el ejército estadounidense, en plena Guerra Fría, y los movimientos a favor de la libertad que se encontraban en plena ebullición en algunas universidades americanas en los años 60-70. De ahí que la red se encuentre impregnada por los valores de la denominada cultura *hacker* o *cultura del don* o del *regalo*.

El uso compartido de recursos se convirtió muy pronto en parte de los códigos de

conducta *hacker*, lo que posibilitaría la rápida difusión de los protocolos de comunicación entre ordenadores (Castells, 2001: 38). La cultura del regalo, entendido este no como un obsequio a una persona en concreto, con la que se pretende algún tipo de contraprestación, aunque sea de forma difusa, a través de Internet adquiere un nuevo significado. Como apunta Kollock (2003: 262) el regalo se ofrece a todo un grupo, bien que tenga una característica definida, bien que se trate de un grupo más indeterminado. Es en esas circunstancias aparece el P2P (*Peer to Peer*), un sistema en el que un usuario decide compartir sus archivos con millones de personas (Scolari, 2008: 212). Un sistema que además también alcanza otros productos digitales y que de cierta forma también se encuentra presente en las páginas de producción colaborativa surgidas al calor de la filosofía *wiki*, de las cuales sin duda la más popular es la *wikipedia* o enciclopedia colaborativa. Como afirma Susca (2012: 152-153) con adjetivos como pirata o delincuente se podría aplicar hoy en día a la mayoría de los cibernautas, lo que demuestra la distancia que existe hoy en día entre la sociedad y las normas que la rigen.

Retomando el análisis de Winner (2008), aunque este niega las propiedades políticas de la tecnología, recuerda que lo que subyace es el sistema social en el que se inserta la tecnología (2008: 25). En este aspecto, parece que el sistema de intercambio de música no se ha variado mucho, en cuanto a la forma de adquirirla, por parte de los jóvenes. Si en la época anterior a Internet muchos de ellos conseguían grabarse cintas o CDs a través de redes informales (amistades, familiares), gracias a Internet pudieron hacerlo a una mayor escala, pero basándose en un mismo sistema o cultura del regalo preexistente.

Atendiendo a las diferentes actitudes ante las descargas de música de ocho jóvenes, se podrían establecer dos categorías muy sencillas: aquellos que realizaban una descarga activa y los que accedían a este tipo de contenidos de forma secundaria.

Entre los primeros se encuentran i1, i3, i4, i5 e i7, mientras que por parte de los segundos serían i2, i6 e i8. En ambos casos se comparte una actividad que McLuhan (1996: 292) calificó de recolector de información, un ser humano nómada, en busca en este caso de otro tipo de alimentos, lo que también evoca las palabras de Bauman sobre una sociedad en constante movimiento (2002: 137).

No existía ningún tipo de cortapisa territorial a la hora de descargar música, ni siquiera ante los problemas de velocidad de que en los primeros años de Internet aquejaban al Aragón rural. La distancia, una vez más, pierde el significado de la época predigital.

*Yo por ejemplo sí que utilicé programas de descargar música pronto relativamente, ¿No? Cuando empezaba la gente a descargarse y tal, pero claro, a mí me costaba comparado con una ciudad, días y días más o incluso muchísimo más, porque se te cortaba cada dos por tres, historias... (i1).*

Los otros tres jóvenes que no solían recurrir a la descarga, sí que eran receptores de las descargas que realizaban sus amigos. En sus respectivos entornos se encontraban otros que asumían el papel de recolectores activos y que compartían, mediante la cultura del regalo o del don, los contenidos con ellos. De hecho, i8, que se caracteriza, como se ha podido ver por ser ajeno a la tecnología de la información (excepto al smartphone) recuerda que su hermana pequeña descarga contenidos muy habitualmente.

Entre los recolectores activos también hay quien asumía ese papel de proveedor de sus amistades, el caso de i3.

*Pero, la verdad que sí, que me dio una temporada por descargar y canciones muchas, vamos, casi toda la música que oigo y a cualquier hora me están pidiendo, “grábame un CD”, lo que te decía un poco de las facilidades estas que mis amigos dicen, “mira, esta que se le da bien...”. Pues claro, yo digo, “Pues hazme una lista y más o menos te la podré hacer, pero si no...”. Porque te piden,*

*“Hazme Cds”, “Hazme Cds”. Y yo que sí, yo te puedo grabar CDs, pero, dame ideas, porque si no te grabaré el CD y no... y no esto. Pero, la verdad que sí que he hecho bastante uso de... Mi padre me decía “cualquier día vendrán y te detendrán”. (i3)*

En el relato de i3 también se desprender, implícitamente, la diferencia entre un *Digital Native* y un *geek*. El primero sería cualquier joven nacido entre mediados de los 80 y mediados de los 90, coincidiendo con la eclosión digital, para el que las tecnologías de la información forman parte de su ecosistema habitual. El segundo sería aquella persona entusiasta de algún tema en concreto, en este caso de las tecnologías de la información.

A pesar de formar parte de lo que se ha venido a denominar *Digital Natives*, algunos de los jóvenes entrevistados se han mostrado poco interesados en las tecnologías de la información o reconocen su *torpeza* con ellas. Esto se traduce en el poco interés que han prestado, por ejemplo, a la descarga de contenidos, que por otra parte sí que utilizan cuando otros (los *recolectores* más activos) les proveen.

No obstante, en los últimos años se observa, por medio de los propios testimonios aportados por los jóvenes, una nueva *migración*, al estilo de las que se describió entre otras aplicaciones, como de los foros al Messenger, del Messenger al Tuenti y de este a Facebook. Las descargas resultan cada vez más infrecuentes, incluso entre aquellos que reconocieron una mayor actividad en este campo, dando paso a una nueva forma de escuchar la música: el *streaming*.

Por medio del *streaming*, del que ya se trató en el capítulo 4 de la presente tesis, supone ver o escuchar un determinado producto cultural sin necesidad de descarga. Aparece como una actividad cada vez más cotidiana en muchos de los discursos de los jóvenes investigados, específicamente todos menos i8, el menos interesado en la tecnología de la información, aseguran haberlo hecho o hacerlo más o menos

asiduamente.

El streaming se encuentra ligado más específicamente al ordenador, sobre todo a través de *youtube*, un canal de vídeos que utilizan frecuentemente para escuchar música. Así, i3 suele recurrir a él para escuchar música étnica (sobre todo celta) en el trabajo, mientras que i6 escucha música clásica cuando estudia en Barcelona. Por su parte, i5 escucha gracias a *youtube* a su grupo marroquí preferido, Giwan, del que se confiesa ferviente admirador.

Menos populares entre los ocho resultan otras aplicaciones de reproducción musical en streaming, como *Spotify*, que, sin embargo, sí que reconoce su utilidad i4, principalmente para utilizarla en la tablet.

Este tipo de actividad, el streaming es, por lo tanto, muy habitual entre todos los jóvenes. Quizá resulta todavía apresurado poder establecer una posible relación de causalidad con el descenso en el interés por las descargas, o incluso aventurar si estas pueden llegar a desaparecer en un futuro. Lo que sí que resulta una evidencia, a tenor de las manifestaciones de los propios jóvenes, es que escuchar música en *streaming* resulta una actividad muy habitual, mientras que las descargas de música, al menos en sus vidas, han pasado a un segundo plano, incluso entre aquellos que las realizaban de un modo más frecuente. Del mismo modo que en muchos de los testimonios también se atestigua que han pasado a un segundo plano los correos electrónicos (en favor de la mensajería instantánea, preferentemente Whatsapp) o el ordenador portátil (asumiendo muchas de las funciones que a este se le otorgaban el smartphone).

En algunos casos la descarga de música se focaliza sobre todo en conseguir canciones para reproducir en otras plataformas donde no es posible la reproducción por streaming, como el coche, lugar muy habitual para escuchar la música o, en algunos casos, en el móvil.

*Sobre todo para cuando estás estudiando, o estás en la habitación o lo que sea, o estás en tu casa, siempre te da la posibilidad de que no te hace falta descargar nada, tú escuchas ahí la que quieres, la que quieres le das ahí al play y la escuchas y ya está. Y solo tienes dependencia cuando vas en el coche, que ahí no tienes el streaming, hay algunos coches que tienen Internet y ya hasta te la puedes poner en streaming, ¿no? Pero yo como no tengo el coche de eso, pues me pongo discos. (i4)*

La versatilidad de la música implica poderla escuchar en cualquier lugar, como estamos observando y una importante influencia sobre los jóvenes. Por ello, una actividad que no parece haber dejado de tener interés a pesar de los profundos cambios tecnológicos es la asistencia a conciertos.

Los ocho jóvenes han acudido alguna vez a conciertos, a pesar de que no lo hagan asiduamente. Tampoco en este apartado se observan diferencias entre los ámbitos urbano y rural. De hecho, en el caso de los jóvenes rurales es común el desplazamiento a otras localidades a acudir a conciertos.

*El último en Graus el otro día fuimos con mi novia a ver a Kepa Junkera. No lo había visto nunca y la verdad que muy guay. (i1)*

En los últimos años prodigan en diferentes localidades festivales musicales donde se agrupan varios conciertos y que reúnen a grandes cantidades de jóvenes que hasta allí se han desplazado. Esta experiencia también resulta especialmente reconocida por los jóvenes investigados, que en muchos de los casos han participado en alguno de ellos o lo desean hacer, entre ellos i3, i6 o i7. Se trata de un sector en constante crecimiento que como indica Fouce (2009) implica un giro desde la industria cultural, pasando de la producción de un objeto (el CD) a una experiencia.

En el caso de i8, a pesar de que no muestra ningún interés por desplazarse él, sus

amistades lo suelen hacer con frecuencia e incluso le han invitado para que les acompañara. Se da la circunstancia, además, que en su propia localidad se realiza un festival de música rock, en el que una de sus propias hermanas participa en la organización. La realización del festival cambia durante unos días la percepción del pueblo, hasta donde llegan jóvenes de todas partes con estéticas más propias de lo que se considera como *tribus urbanas*.

*Sí, es que claro, la gente que viene de fuera, pues hace su botellón y la gente del pueblo pues de normal todos los años baja... Hasta que no cobraban entrada pues bajaba toda la gente del pueblo, pues yo qué sé, como una actividad más. Pues bajas y aunque no te guste la música ni las pintas que lleva por ahí y eso, pues la gente del pueblo pues bajaban y se tomaban dos cervezas o cuatro y eso, se echaban unas risas y para casa. Pero claro, esa gente pues te dejan cuatro, cinco euros, lo que sea y claro, la gente de fuera no te deja nada, porque se traen su botellón y claro, pues eso, los grupos no se pagan solos (...). Rastas y cosas de esas... Y claro, la gente de aquí del pueblo... (i8)*

Las palabras de i8 denotan un choque cultural que se produce sobre todo con las personas de mayor edad. No obstante, él mismo reconoce que algunos de los jóvenes del pueblo llevan ese tipo de estética, de *pintas*. Una muestra más de la redefinición de la distancia y la permeabilidad de las fronteras entre lo urbano y lo rural, en lo que respecta a la tecnología y la cultura. Una permeabilidad que, en cuanto a la presencia de tribus urbanas o identidades juveniles, ya había comenzado mucho antes. Por ejemplo i1, atraído por la música heavy metal, aprovechó un viaje a Barcelona con trece años para comprarse su primera camiseta de Iron Maiden.

## 9.6. Televisión

Como ya se pudo ver en el capítulo 4, Aragón supera la media estatal de penetración tecnológica, entre otros apartados, en los dispositivos de televisión en los hogares, alcanzando casi la totalidad de ellos. El 99,5% de los hogares del ámbito rural aragonés dispone de televisión, siendo el 99,3% en el caso de los hogares del ámbito urbano<sup>12</sup>.

Actualmente sigue siendo el medio de comunicación más popular, con una penetración del 89,5% y siendo además una de las comunidades autónomas en las que mayor número de minutos se dedica diariamente cada persona a su consumo: 255 (Mancho y Artero, 2014: 127).

En los últimos años, no obstante se ha apreciado una tendencia al descenso del consumo de horas de televisión entre los menores, que ofrecen unos datos inferiores a los de sus padres y madres, especialmente de lunes a viernes (Gabelas y Marta, 2008: 34).

Todos los jóvenes estudiados recuerdan la presencia de la televisión en sus hogares desde que tienen conciencia. Solo en un caso (i5) se trataba de televisión en blanco y negro. De hecho, se acuerda perfectamente del día que llegó la televisión a color, cuando él tendría aproximadamente diez años.

También otro de los jóvenes (i8) recuerda la llegada de las televisiones privadas a su casa, sin determinar exactamente la fecha pero estima *“muy posterior”* a cuando pudieron verse en las ciudades o en otras muchas comarcas aragonesas. Hasta entonces en su pueblo sólo era posible sintonizar los dos canales de la televisión pública española.

---

<sup>12</sup> Fuente: IAEST según explotación de microdatos de la "Encuesta sobre el uso de Internet en Aragón: hogares y personas 2014", Observatorio Aragonés de la Sociedad de la Información (OASI), INE

Si bien todos ellos reconoce que pasaron por momentos de cierto *enganche* a la televisión, especialmente en su niñez, a diferencia de lo que ocurre con la dependencia al teléfono móvil, que actualmente reconocen sin ambages, en absolutamente todos los discursos se reconoce que se prefería “salir a la calle” o “jugar con los amigos” que estar viendo la televisión. Estas preferencias se manifiestan de un modo mucho más vehemente en los jóvenes del ámbito rural, incluso en el caso de i1, que era el único niño de su edad en su pueblo.

Al salir del colegio, mientras merendaban en casa era el momento en el que, preferentemente todos dedicaban para ver la televisión en su infancia. No obstante, la gran mayoría de ellos buscaba cualquier excusa para salir a la calle a jugar.

*Ver la tele. No te quedaba otra. Y si podía... “Que voy a comprar un cuaderno” y me escapaba un rato por ahí. (i2)*

*Pero la verdad que tampoco, entre semana y demás no hemos sido de estas de llegar y poner... [la televisión] No lo sé, siempre nos gustaba de ir a los pinos a hacer cabañas o a salir al club cuando tuvimos ocasión de formar el club, no sé, siempre... (i3)*

*Hasta cierta edad. Yo creo que me gustó, estuvo enganchado a estas series que había por la tarde, en la 2, entonces era en la 2. Los dibujos animados... Pues hasta los 6 años, 7, que no sales mucho de casa por ti mismo, ¿No? Porque cuando empecé a salir al patio de mi casa solo, sin que fuera con tu madre, pues qué tendría, 8, 9 años... Hasta esa edad pues igual sí que estuve un poco más viendo la tele o en casa jugando... (i4)*

*No es por nada, lo que pasa que... nos dejaban salir, pero claro, cuando yo, o sea, cuando ellos ven que ya tenemos la faena toda hecha, de los deberes y eso. Y claro, nosotros muchas veces nos aprovechamos el momento y... ¡Fiu! Aunque*

*llevas la tarea en la mano, la tienes que dejar y a salir a la calle. A hacer lo que sea, porque te encontrabas con... con otras personas, ¿No? Con el amigo del barrio, yo qué sé. (i5)*

Para i6 hubo una época de cierta dedicación a la televisión, pero que no pasaría de una hora u hora y media diaria, el tiempo necesario para descansar antes de realizar algunas actividades extraescolares, como Judo, deporte en el que competía a nivel federado, o música, que también estuvo practicando.

*Más cuando llegué a la ESO, que me estiraba... Cuando llegaba de la ESO pues me estiraba en el sofá, me ponía un poco la tele y bueno, y luego seguíamos el día. (i6)*

A pesar de que ninguno de los jóvenes reconoce haber mantenido cierta dependencia, incluida i7, su caso resulta muy peculiar, puesto que se trata del único en el que actualmente no disponen de televisión en el hogar familiar. Su testimonio es contrario a haberse sentido en ningún momento *enganchada* a la televisión, si bien fue una de los argumentos que adujo su madre para no adaptar la de casa a uno de los cambios sufridos por las antenas, como consecuencia de la implementación de la Televisión Digital Terrestre y, por lo tanto, quedarse si señal.

*Yo no tengo recuerdo de estar viendo la tele, pero claro, es mi recuerdo, no tengo recuerdo de estar enganchadísima viendo la tele, pero si mi madre hizo eso sería porque ella sí que lo notaría. Sobre todo más era mi hermano. Mi hermano sí que era de ver la tele y jugar a la play, conectar la tele a la play... Es que yo creo que monopolizábamos mi hermano y yo la tele. Cuando estábamos se veían los dibujos. Creo recordar vamos... (i7)*

No obstante, tampoco asocia ningún recuerdo negativo a esta decisión, por lo que ella cree que no le supuso ningún tipo de trauma ni de problema. A partir de ese momento,

no obstante, se modificó el consumo de productos audiovisuales en su casa a una especie de *televisión a la carta*, asociada a Internet, que se abordará más adelante.

A pesar de que el consumo televisivo se encuentra en medio de una importante transformación, como se puede observar y salvo una excepción, el televisor sigue siendo un elemento central en los hogares. También en los espacios de reunión propios de los jóvenes, como en las peñas o locales en los que participan los entrevistados, la televisión se encuentra presente, con la excepción de la peña de i8, que no dispone de ella, posiblemente porque no se abre durante todo el año, sino en ocasiones puntuales. En cuanto a i4, la peña a la que pertenece en su pueblo cada año cambia de local, lo que dificulta que puedan disponer de elementos como una televisión. En el resto de casos (i2, i3, i6) se cuenta con un aparato que se suele utilizar tanto para ver televisión *convencional* como para otros contenidos audiovisuales (películas descargadas) como para jugar a la *Play Station*.

Por lo que respecta al consumo actual de la televisión, ninguno de los entrevistados expresa un especial interés por ella. Se suele asociar a las comidas o cenas en casa y a un consumo con el resto de la familia, algo a lo que sin duda ayuda el hecho de que ninguno de ellos disponga actualmente de una televisión en su propio cuarto, a pesar de que i4 sí llegó a tenerla a partir de su Primera Comuni3n. Años después el aparato se trasladó a la casa familiar del pueblo y ya no se repuso en su habitaci3n. Sin embargo, una de sus hermanas seguía manteniendo la televisión en su dormitorio en el momento en el que se realizaron estas entrevistas.

Junto a la familia y aprovechando las horas de las comidas se suelen ver los programas informativos, algo en lo que coinciden casi todos los testimonios.

Las series aparecen como uno de los programas *estrella* de la televisión para los jóvenes, especialmente en algunos casos (i2). Esta joven llega a asistir a dos

programas a la vez, cuando en la programación coinciden dos series de su interés.

*Cuando hay dos cosas que me gustan sí. Cambio cuando hay anuncios o si están valorando a (en Tu cara me suena) diciéndole algo al que canta pues digo, “pues ahora lo cambio que estará cantando la otra”. Eso lo hago más los jueves. (i2)*

Su forma de ver la televisión, por lo tanto es más ecléctica y selectiva, más que lealtad a una cadena concreta la tiene sobre un contenido específico (sobre todo series), que es lo que más sigue. Si bien en absoluto cree que pueda tener una dependencia a la televisión, como sí reconoce abiertamente al smartphone.

Las series se encuentran presentes en otros relatos, como los de i4 e i6, que coinciden en señalar que una de sus preferidas es “Aída”. En ambos casos se da la coincidencia que se trata de jóvenes que estudian fuera de sus respectivos domicilios y en el último curso no dispusieron de televisión. El primero de ellos, especialmente interesado en las noticias deportivas, comenta que uno de los contenidos que intenta seguir en la televisión comunitaria de la residencia son los “*Deportes de Cuatro*”, pudiendo prescindir el resto del tiempo de la televisión. En cuanto a la segunda, en el último año prácticamente no siguió la televisión, prefiriendo utilizar el ordenador portátil.

Otro de los hechos que viene a mostrar el carácter *familiar* de la televisión en que estos dos jóvenes reconocer ver más televisión cuando se encuentran en su domicilio.

Llama, asimismo, la atención que los jóvenes que tienen relación con actividades agrícolas buscan en la televisión contenidos aplicados a su trabajo (en el caso de i8, a pesar de que trabaja de mecánico en Alcañiz, dedica mucho tiempo al apoyo de la explotación agropecuaria familiar). En ambos casos coincidía que estos jóvenes habían recurrido también a tutoriales de Youtube sobre aplicaciones para solucionar problemas técnico/mecánicos concretos. i1, por ejemplo, recuerda que uno de los

contenidos que sigue más detenidamente en televisión, aparte de las películas de la extinta *La Sexta 3*, los informativos y algún espacio de debate político, son los programas agrícolas: *Agrosfera* (TVE) y *Tempero* (Aragón TV). Le interesan programas en los que pueda obtener algún tipo de conocimiento y aplicarlo a su actividad laboral.

*Y bueno, y sí que hay programas que sí, a ver no siempre quiere decir que el mismo programa... Por ejemplo, ahora en la aragonesa hay uno de emprendedores y no quiere decir que siempre puedas sacar algo, pero sí que alguna vez se puede sacar algo, que interesa que... (i1)*

En cuanto a i8, en su caso le interesaban especialmente los programas de Discovery de “Cómo se hace”, en el que “*te explicaban cómo se hacían las cosas*”, un canal que ahora no sintoniza.

Además de que la televisión se vea en familia, las actuales tecnologías de la información permiten el *multitasking* o multitarea, compatibilizar la actividad de estar viendo televisión con estar interactuando con otras personas a través del smartphone o la tablet. Solo dos de los protagonistas confiesan hacerlo habitualmente: i2 e i4. La primera de ellas, sobre todo a través de Whatsapp y del Twitter, interactuando con algún programa de televisión (un tema ya abordado en el apartado relativo a las redes sociales y Twitter). En cuanto al segundo, muy proactivo en las redes sociales y con las tecnologías de la información, reconoce que la multitarea tiene un riesgo: no enterarse de nada.

*Sí pero al final realmente no te enteras de nada. Lo comprobé ayer viendo el partido de Nadal, (...). Estaba con el Ipad y digo, hostia, voy a abrirme la web oficial de Roland Garros a ver si hay estadísticas. Y estaban cojonudas, las actualizaban al instante, iban casi más rápido que... la verdad que muy bien. Estaba mirando el partido e iba viendo las estadísticas y mirabas a ver cuántas*

*dobles faltas habían hecho, a cuanta velocidad habían sacado, el porcentaje que llevaban de acierto, el total de set, y te daba la sensación de decir, “Joder, me estoy perdiendo el partido de tenis y estoy mirando, vale, estoy viendo las estadísticas, pues bueno, está entretenido, pero ¿Y qué? Si es que talmente el partido de tenis te lo estás, te lo estás jalando” (...). Pero esta por eso, porque tenía curiosidad, por saber a cuanta velocidad estaba sacando, tal, qué porcentaje, más que nada por la tontería, ¿no? De estar... No tenía otra cosa que hacer y haces eso. Y a veces te mandan un whatsapp y estaba con la radio puesta escuchando el partido, porque otra manía que tengo, viendo partidos de fútbol o de Nadal siempre lo escucho en la radio (i4).*

Precisamente esta última multitarea a la que alude el joven, seguir un acontecimiento deportivo por la televisión al mismo tiempo que se escucha la retransmisión radiofónica es una actividad relativamente popular, previa incluso a la era digital, que nos devuelve a la distinción de McLuhan (1996) entre medios fríos y calientes. En palabras del autor canadiense, el medio caliente sería el que “*extiende, en 'alta definición', un único sentido. La alta definición es una manera de ser, rebosante de información*” (McLuhan, 1996: 43). El propio McLuhan definiría como medio caliente a la radio y medio frío la televisión. De este modo se podría explicar la práctica a la que se alude de seguir un encuentro deportivo por dos medios, dado el grado de emotividad que despierta un encuentro deportivo, que tiene un mayor reflejo en las narraciones radiofónicas sobre las televisivas.

En el apartado referente a las extensiones tecnológicas ya se ha hecho referencia a la nueva forma de consumir la televisión y la nueva centralidad que puede generar la televisión, entendida como “terminal”, en la que confluye el acceso a la televisión *convencional* con la posibilidad de reproducir contenidos ya descargados o incluso ver por medio de streaming contenidos que se encuentran *online* y que ni siquiera es necesario descargar previamente, al estar conectados directamente a Internet. Así se ha entendido en la casa de i3.

Curiosamente dos de las tres personas que durante el periodo en el que se realizaron las entrevistas disponían en sus hogares de Smart TV (i2 e i6), con posibilidad de conectarse a Internet, ni siquiera habían experimentado esa posibilidad. En ambos casos coincide el hecho de que no sean dos personas especialmente interesadas en la tecnología. De hecho, en las dos categorías que se establecían en el apartado anterior, relativo a las descargas musicales, ambas pertenecerían al grupo de descarga secundaria o pasiva, las personas que no descargan directamente, pero que se benefician, a través de los círculos informales (amistades principalmente) del contenido que descargan otros.

El uso que realiza i6 de la televisión, sin embargo, es también diferente al tradicional, puesto que por medio de la conexión a Canal+ puede elegir la propia programación (incluyendo ver varias películas seguidas), algo que sí realiza habitualmente, cuando se encuentra en el domicilio familiar.

Sin embargo, no es necesario disponer de una televisión Smart TV, con conexión a Internet, para que el uso que se haga de ella se asemeje más a un terminal en el que, de algún modo, se dispone de televisión a la carta. Al no contar con acceso a la TDT en el domicilio de i7 utilizan muy habitualmente la televisión para poder ver series o películas que han descargado, conectándola para ello al ordenador portátil. Incluso se da la circunstancia de que pueden llegar a seguir en directo un programa que se está emitiendo por alguna de las cadenas (como es el caso de Televisión española), a través de esta conexión con el ordenador portátil. De este modo la joven sigue, junto a su familia, algunas series, como *Isabel* o el festival de *Eurovision*, que suele ver junto al resto de la familia.

Se trata, por lo tanto, de un nuevo modo de entender la televisión y que cada vez parece más habitual entre los jóvenes. Si bien puede parecer prematuro extraer

consecuencias sobre si puede llegar a generalizarse en la sociedad. Por otro lado, contrasta esta utilización *a la carta* de la televisión, con, por ejemplo, la radio, donde se prefiere un contenido aleatorio, que depende de la programación que se está emitiendo en cada momento.

En cuanto a seguir la televisión a través de otras pantallas (ordenador, tablet, smartphone), no resulta habitual en ninguno de los entrevistados, con una única excepción. Desde hacía algunas semanas i5, coincidiendo con la avería de su ordenador portátil, descubrió una aplicación para poder seguir las televisiones del Magreb, aconsejado por unos amigos argelinos. Desde entonces, a través de conexión wifi, comenzó a seguir la programación de la televisión de Marruecos u otros países de la región, preferentemente series o programas humorísticos, con su smartphone. Si bien no consulta periódicos o información de su país de origen habitualmente, esta práctica sí que le resultó mucho más atractiva, especialmente en la época del Ramadán (momento en el que se realizaron las entrevistas, en el año 2014), cuando las televisiones de Marruecos o Argelia cuentan con una programación especial.

En definitiva, las experiencias que nos trasladan los jóvenes nos indican posibles modificaciones en los hábitos de consumo de la televisión, tal y como se desprende de sus testimonios. Si bien todavía parece pronto para conocer el alcance de las posibles transformaciones, que ya aventuró Gilder (1992). Evidentemente, ni la metodología ni el tamaño muestral utilizados pueden ayudarnos a establecer hipótesis de trabajo para evaluar esas posibles modificaciones. No obstante, se trata de una posible línea de investigación futura.

## 9.7. Cine y contenidos audiovisuales

A pesar de que este apartado guarda una gran relación con el anterior (que hacía referencia al consumo de televisión), se ha optado por desarrollar una sección específica por las características especiales de un espectáculo como el cine.

Ya en los años cuarenta del siglo XX Hockheimer y Adorno (1998: 166) lo consideraban una industria, al igual que a la radio. El cine desempeñó un importante papel a la hora de que la juventud se convirtiese en un grupo social al que se dirigía el mercado y la industria cultural (Passerini, 1996: 438). Acudir al cine es un buen ejemplo de lo que anteriormente se denominaba producción de una experiencia (Fouce, 2009), aplicándolo a los festivales de música. Implica desplazarse a un lugar concreto, fuera del propio domicilio, lo que tradicionalmente se asocia a otras actividades de ocio, además de ver exclusivamente la película.

Una experiencia que para los jóvenes del ámbito rural, supone un problema y, en este caso, la distancia, si nos atenemos a desplazarse a una sala de cine, sí es un aspecto a tener en cuenta. Algunos jóvenes del ámbito rural recuerdan que, cuando eran niños, unos de los pocos motivos de *envidia* que les despertaban sus familiares que vivían en la ciudad era la posibilidad de acudir al cine de forma más asidua. Así lo atestigua i3, aunque recalca que para ella nunca supuso ningún problema vivir en una localidad pequeña. De hecho, cerca del pueblo donde vive se encontraban las salas de cine de Ejea de los Caballeros y Tudela. Para los otros jóvenes de la periferia (i2 vive en una localidad del Área Metropolitana de Zaragoza), los cines más cercanos eran los de Huesca (i1) y Alcorisa (i8).

Dos de estos jóvenes (i1 e i3), sin embargo, no acudieron con mayor asiduidad al cine cuando vivieron en Huesca y Zaragoza respectivamente, aprovechando que se encontraban estudiando (i1 estudios de capacitación agraria e i3 la carrera de

Empresariales). En el caso de la joven cincovillesa, casi todos los fines de semana regresaba a su localidad, por lo que no creía necesario acudir al cine, salvo en contadas ocasiones, aprovechando el “*Día del Espectador*”. En cuanto al sobrarbés, así como Huesca despertó en él un interés por diferentes aspectos culturales, el cine no fue uno de ellos. De hecho, solo recuerda haber ido a ver películas clásicas a un centro cultural, con entrada gratuita. Una situación similar es la que experimenta i4 en Zaragoza, una ciudad que dispone de una mayor oferta cultural y de ocio que su Teruel natal. No obstante, entre sus intereses tampoco se ha encontrado el de acudir al cine.

Desde su infancia todos han estado familiarizados con aparatos de video (excepto en el caso de i1, que nunca llegó a tener) y era frecuente ver películas en otros formatos que no fuera propiamente el de la televisión convencional o el cine. Esta situación pudo influir en que no tuvieran excesivo interés en acudir a las salas a ver películas. Así, i3, por ejemplo, era una gran seguidora de las películas de Disney y recuerda que, además de las grabaciones, conseguía muchas de ellas a través de un familiar, que trabajaba en la sección de distribución de un periódico de la capital aragonesa.

Absolutamente todos están acostumbrados a ver películas tanto en el ordenador como conseguidas a través de las descargas, siendo a su vez perfectamente aplicables las dos categorías que se proponían en la sección relativa a las descargas musicales. De hecho el paralelismo entre ambos tipos de descargas resulta casi absoluto. Como se verá más adelante.

Volviendo a la asistencia al cine, alguno de los jóvenes que demuestran mayor interés aducen como una de las principales razones para no acudir más frecuentemente el precio de las entradas.

*A ver, he ido al cine bastante, pero cada vez menos. Conforme fueron subiendo las entradas yo fui menos. (i7)*

Incluso se ponen pegas ante las ofertas que se producen a lo largo de la semana (día del espectador) o en ocasiones concretas (fiesta del cine).

*Es que a mí me gusta ir, pero luego la gente está igual de pasta como tú, entonces... es que al final no... La última vez que fui fue el 5 de noviembre, fue el cumpleaños de mi madre que fuimos a ver una película, como algo especial. (i7)*

Las razones económicas, o mejor dicho, las ofertas puntuales, pueden tener una influencia directa en la mayor afluencia de jóvenes al cine, puesto que i2, que no suele acudir a lo largo del año, reconoció haber ido a ver “*Ocho apellidos vascos*” con ocasión de la Fiesta del cine.

Con todo, no parece una razón definitiva, como lo demuestra el hecho de que i5, por ejemplo, comentaba que el año anterior había desperdiciado dos entradas gratuitas para ir al cine, del que sin embargo sí se siente seguidor. El joven no llegó a encontrar una razón concreta que justificase no haber aprovechado esas invitaciones gratuitas.

El cine, por lo tanto, continúa despertando interés en los jóvenes. El único que no lo demuestra es i8, quien recuerda haber ido al cine en su época escolar y que asegura no tener ningún interés en él. De hecho si en su grupo de amigos del pueblo se decide acudir a alguna casa a ver alguna película, él prefiere hacer cualquier otra cosa.

No obstante, ante la gran cantidad de consumo de productos audiovisuales (películas, series, vídeos de todo tipo, etc.) que están habituados a ver, tienen que encontrar una razón en especial que les empuje a ello.

Como le ocurrió durante el curso a i6 en Barcelona. Allí descubrió una sala donde se proyectaban películas en versión original, la mayoría de ellas en francés, una lengua con la que se encuentra muy familiarizada puesto que su padre, hijo de exiliados aragoneses, nació y su crió en un pueblo del sur de Francia, donde todavía tienen

vínculos familiares y que visita desde su infancia. Ya en Huesca, esta joven prefiere poder disfrutar de películas en familia (como las de Disney), donde puede acudir con sus hermanos pequeños e incluso con sus padres.

Llama la atención que si bien existe una variedad en los gustos del género de películas (acción, familiares, de miedo, etc.) no se aplican los mismos criterios de selección en el cine que en la música. Los jóvenes a los que les gusta un tipo de música más *underground* o incluso contestataria (i1, i3 o i7), menos comercial, no sugieren ese mismo tipo de gustos aplicados al cine. Quizá pueda deberse a que el cine independiente goza de menor proyección entre ellos o que, paradójicamente, el tipo del consumo al que están acostumbrados: un híbrido entre el consumo a través de canales estándar (televisión, cine) junto con las descargas o el acceso a través de Internet, favorece todavía más la cultura imperante, *mainstream*. Se trata, sin duda, de una vertiente de investigación que resulta interesante, si bien se queda fuera de este estudio. En todo caso, los testimonios aportados por los jóvenes dejan claro que ser seguidores de música no comercial (o poco comercial) no implica necesariamente serlo del cine independiente.

En todo caso, el cine para los jóvenes ha dejado de ser la única forma de poder acceder a las películas de estreno, así que en la decisión de acudir a una sala de proyección intervienen otros factores, empezando por el económico, la comodidad, la voluntad de experimentar la película de otro modo o la posibilidad de que se ofrezca algo que los jóvenes no puedan conseguir de otro modo, o sea, la especialización.

Las descargas, como se decía, son por lo menos igual de habituales que en la música. Tampoco en este caso se aprecia diferencia entre los ámbitos urbano y rural, por muy periféricos que se encuentren los segundos, como así reconoce i8, quien recuerda que su hermana descarga habitualmente películas, a pesar de la señal de Internet que puedan tener en su pueblo no sea la misma que en las ciudades.

También es similar la migración de hábitos, de la *descarga* de películas hacia el streaming, si bien en este caso podemos encontrar algunas particularidades.

Los jóvenes *recolectores activos* son prácticamente los mismos, con una excepción. El joven i4, que se mostraba muy activo a la hora de descargarse música o de escucharla *online*, no tiene el mismo interés en las películas u otros productos audiovisuales. En lo que respecta a este tipo de contenidos mantiene un rol mucho más pasivo o secundario. Como ocurre con muchas de las *excepciones* encontradas hasta el momento, es consciente de que otras personas tienen una forma de proceder diferente, de hecho, su propio compañero de habitación sigue mediante este sistema numerosas series, incluso en versión original. Sin embargo, en este caso, se muestra mucho menos interesado, no ya por la tecnología en sí, sino en el producto final.

Los jóvenes recolectores activos serían, por lo tanto: i1, i3, i5 e i7, mientras que los recolectores pasivos o secundarios serían i2, i4, i6 e i8. Siendo el último caso (i8) el menos interesado de todos y, por lo tanto podría incluso estar fuera de esta categoría. A pesar de ello y como ya se ha comentado, en su entorno también se encuentran jóvenes *recolectoras activas*, sus propias hermanas.

Por otro lado, se encuentra otro aspecto interesante: el grado de desarrollo de los hábitos de la descarga *streaming* o visionado online parece incluso superior al de la música. Los cuatro recolectores activos atestiguan que, en estos momentos, recurren más al streaming que a la descarga. Incluso, como ya se pudo ver, en el caso de i3, a través de la Smart TV, lo que provoca una nueva forma de ver la televisión en su domicilio.

De hecho se produce incluso una consecuencia curiosa que nos remite en cierto modo a una suerte de brecha generacional aplicada al streaming. Dos jóvenes reconocieron

que en estos momentos las personas que más realizan descargas de películas son sus padres, todavía no habituados al streaming: i4 e i7. La última película que había visto i4 en el transcurso de las entrevistas, “*Ocho apellidos vascos*”, fue mediante la descarga por parte de su padre.

Aparte de películas de cine y de las series, como se ha visto en los dos últimos apartados, un género muy popular entre los jóvenes, resultan cada vez más habituales los vídeos que se alojan en canales como *Youtube*, tanto descargados directamente como compartidos a través de las redes sociales, o los grupos de Whatsapp.

Ya se ha abordado el tipo de vídeos, conocidos con el nombre de tutoriales, que en muchas ocasiones consulta i1 y que i8 en alguna ocasión también ha llegado a ver. También de la afición de i7 por vídeos sudamericanos alojados en Youtube que le resultan especialmente graciosos. Sin lugar a dudas esta puede llegar a convertirse, si no lo es ya, una nueva forma de consumir el cine, la televisión y cualquier otro contenido audiovisual.

Una especie de *televisión a la carta*, una televisión que ya no solo se emite unidireccionalmente, con una programación estática, sino que responde mucho más a los intereses de los *televidentes*, que para ello pueden emplear diferentes herramientas, desde las posibilidades de la televisión clásica (el ejemplo de *Canal+* en la casa de i6) hasta la utilización de la televisión como terminal donde poder ver contenidos descargados, grabados o en streaming (i7), pasando por la interacción entre la Smart TV e Internet (i3). Una situación que no ha pasado desapercibida para los equipos de marketing de muchas películas de Hollywood, que ya desarrollan estrategias para difundir, a través de Youtube y de forma supuestamente ilegal, fragmentos de películas, con el objeto de llegar al público más joven (Martel, 2010: 97).

En definitiva, un paisaje que nos habla cada vez más de la convergencia de géneros,

entendida esta como “*flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento*”, tomando la definición de Jenkins (2008: 14). Unas migraciones que, tal y como se está pudiendo comprobar a lo largo de esta investigación, son continuas y responden a las innovaciones tecnológicas, en un momento de continuas transformaciones.

### **9.8. Otras manifestaciones culturales**

Este bosquejo de los hábitos culturales de los jóvenes aragoneses se completa con otras muchas manifestaciones artísticas y culturales en las que pueden llegar a participar y donde, sin embargo, se aprecia una menor influencia de las tecnologías de la información.

Quizá en este ámbito sí que se pueda apreciar una gran diferencia, todavía no superada por la tecnología, entre los ámbitos urbano y rural. Por un lado, en el segundo se mantienen todavía vivas manifestaciones de cultura popular en la que los jóvenes pueden llegar a involucrarse. Es el caso de i4, quien participa activamente en una tradición ancestral de su pueblo.

*Y otra de las tradiciones que sí que la tradición que aún sigue manteniéndose y la que podemos decir que es la tradición que más perdura, es la de los mayos, que se hace cada 30 de abril, cumplido. Se cantan los mayos, me sé la canción, pero no te la voy a cantar. Se empieza cantando a la virgen María y luego pues todos los solteros del pueblo le cantan a todas las chicas, sean solteras o no, a las chicas se les canta a todas en su balcón y se sortean las chicas, aunque suene un poco mal, ¿No? Y luego se puja por ellas y con todo el dinero que se recauda al día siguiente se hace una comida para todo el que quiere ir, ¿no? En eso he participado, en eso sí que he participado, porque además participamos todos,*

*porque nos lo pasamos muy bien, vas a ahí por todo el pueblo, cantando con las guitarras, los que saben tocar la guitarra tocan la guitarra, los demás cantamos, siempre ha habido momentos que parecía que se iba a perder, porque no había nadie que tocara la guitarra, porque van cambiando las generaciones, pero se van manteniendo mal o bien se van manteniendo. Entonces esto es una fiesta que viene de muy muy muy antiguo y que ahí sí, y voy a pecar de nacionalista de mi pueblo, es de los pocos pueblos que la han mantenido. (i4)*

Por su parte i2, quien sobre todo realiza actividades de tipo deportivo en su pueblo, también estuvo colaborando durante un tiempo en el dance, de hecho junto a sus compañeras fueron las primeras chicas en hacerlo con los *palos*. En la actualidad toca el timbal en la procesión local de semana santa.

En cuanto a i1 e i8, también se encuentran involucrados en las actividades de sus respectivos pueblos. El sobrarbés forma parte de la comisión de fiestas de su localidad y también participa de actos tradicionales, como la romería que se celebra con ocasión de las fiestas patronales.

*Lo de las romerías, aquí hay mucha ermita y se hacen romerías que simplemente es eso, ir a la ermita, juntarse la gente, ¿no? Lo que es la misa y luego se reparte lo que es la caridad... Sí. Y eso... Y sí que aquí es un sistema peculiar, que se subastan las tortas y tiene que ser algo ameno para amenizar el tal. Empieza “esta torta, venga, a cinco euros” y entonces vas pujando y eso. Y eso es lo único así que se hace aquí. Porque aquí antes carnavales sí que había pero eso no lo han visto ni mis padres. Eso en la guerra, a partir de la guerra... Eso estaría guay recuperarlo y no sé qué cosas tradicionales. (i1)*

También ha formado parte de la comisión de fiestas i8. Más involucrada, por ejemplo, en las actividades del pueblo se encuentra su hermana, quien es responsable de la biblioteca de la localidad y forma parte de la comisión organizadora del festival de música rock que se celebra cada verano.

En cuanto a i3, se muestra especialmente activa en la vida social de su entorno, participando de un modo muy destacado en la organización de un festival solidario que se celebra cada año con un objetivo benéfico. Hay que tener en cuenta que el suyo, al tratarse de un pueblo de colonización, no dispone de tradiciones tan asentadas como en el resto de los casos. De hecho, ni siquiera se realizaban algunas celebraciones populares, como las reinas de fiestas o la fiesta de los quintos, que, sin embargo, la generación de la que forma parte, decidió cambiar de contenido para evitar cualquier referencia que pudiera tener un sesgo machista.

*Aquí no ha habido reinas infantiles y de hecho, cuando llegamos con 18, que eso ya te lo contaré más adelante, pero te lo voy a contar ahora, dijimos que no, que no, que aparte de ser machista, que no, que es muy bonito, pero para qué... Decidimos, propusimos a la comisión desde entonces que por qué no podíamos hacer en vez de eso de damas, porque no podíamos hacer el pregón de fiestas todos los de la cuadrilla, chicos y chicas (...). En vez de hacer una cosa un poco machista hacer una cosa interconectados todos. Y todos nos preparamos un discurso, a ver, un discurso, que fue cuatro líneas, pero entre todos organizamos lo que fue el pregón y me acuerdo, vamos, como si fuera ayer. Una experiencia muy... Igual que otras han tenido el día de la Dama fiesta yo no me vestí de gala, pero he podido hacer el pregón con mis amigos, con los de la cuadrilla de toda la vida. Que eso otros tampoco... Que está muy bien. (i3)*

En cuanto a i8, menos atraído por las actividades culturales de todos los jóvenes entrevistados, sin embargo también cuenta con inquietudes para desplazarse a actos populares que se desarrollan en otros pueblos de la comarca o comarcas cercanas. Se trata, entre otros del festival *Tamborilé*, de Mezquita de Jarque, del que guarda un buen recuerdo. O de una ronda tradicional que tiene en un pueblo cercano junto a la propia Mezquita el primer fin de semana de enero, “que van con una charanga de bodega en bodega, por todas las casas y pues yo qué sé, uno te saca pastas, el otro te saca

*embutido, otro te saca jamón y eso, te echas allí cuatro... Cuatro risas”.*

Más allá de la permanencia de muestras de la cultura popular, resultaba evidente para los ojos de los jóvenes del ámbito rural que la ciudad ofrecía una serie de oportunidades culturales de las que, obviamente, se carecía en sus respectivas poblaciones.

De este modo i1, en su experiencia de estudiante en Huesca, se encontró con una realidad diferente a la que había conocido en su comarca, el Sobrarbe. Lo que aprovechó para acudir a conciertos o exposiciones. Nombra el festival *Periferias* que se celebra en la capital altoaragonesa y recuerda especialmente una performance a la que asistió, solo, en el Centro Cultural El Matadero.

*Y me acuerdo de un concierto que sí que me gustó un montón que, pues eso, me gustaba moverme y tal y siempre estaba al día de lo que iba a traer, cogía los folletos, me los miraba, y digo “venga, este igual me esto”. Y me acuerdo que no tenía a nadie que le llamara de ir y digo, “bah, pues voy solo”. Y ahí en el Matadero y me impresionó un montón, me gustó un montón. El gran teatro Amaro era. Que nada, eran unos tíos, un belga, un holandés, un español, una mezcla ahí variopinta y que hacían así música pues como de calle, cosas acústicas y tal y luego cantaban en italiano en holandés, en español, así muy mezcla cultural. Y eso, me llamó mucho la atención porque fui solo, lo vi en primera línea casi, muy poca gente de espectadores y luego pudimos hablar con ellos, comprándonos el disco y tal. Eso sí que me llamó. (i1)*

El interés por la cultura de i1 se remontaba unos años atrás, cuando en el instituto de Aínsa improvisó un grupo de música rock junto con unos compañeros (él tocaba la guitarra). A pesar de no haber continuado con esta afición, le ha seguido acompañando, así como el interés por estar informado sobre la agenda cultural. En la actualidad, residiendo nuevamente en el Sobrarbe, acude habitualmente a la muestra *Espiello*, de

cine documental, que se celebra anualmente en Boltaña y en el que dice que “*a veces se ven cosas muy interesantes*”. El interés por la cultura le llegó a través de la música y de su tío, que fue quien le prestó, cuando tenía doce o trece años, una cinta de un grupo de música heavy metal de la zona: *Astral* (hacha en lengua aragonesa).

Por la experiencia que aportan los jóvenes entrevistados en este caso la distancia juega un papel de dificultar el acceso a los espectáculos culturales, aunque no por ello dejan de ser conocidos la mayor parte de ellos por los jóvenes del ámbito rural. En este caso, obviamente, no resulta tan sencillo como conectarse a Internet y descargarse una canción o una película. Implica desplazarse físicamente.

El teatro despierta el interés de cuatro jóvenes, que explícitamente mostraron su afición, aunque en ninguno de los casos se acude habitualmente. A i1, por ejemplo, le gustaría acudir, pero los deseos no pasan de meras intenciones, compartidas con su pareja. En otros casos en los que se reconoce haber ido en alguna ocasión (i3, i7) se apunta como impedimento el precio de las obras. Incluso la dificultad de acceder a funciones realmente atractivas. En un caso, i3, la joven cuenta con un tío que, a pesar de haber concluido la carrera de Químicas, se dedica profesionalmente al teatro en Zaragoza.

*La última vez que fui al teatro fue a ver a mi tío. Fui a ver una obra que estrenaba en Zaragoza de Marx en el Soho. Y estuvo genial y la verdad que me gusta. Lo que pasa que también... Tema tiempo. Lo mismo que hablábamos de los conciertos. Suelen ser en fin de semana y si quieres ver algo bueno te tienes que desplazar. A, B o C. O sea, a grandes sitios, aquí no te van a venir a hacer una obra de teatro. Sí que es verdad que con el instituto fui dos veces seguidas, dos años seguidos, a ver musicales. Y me encantaron. Y llevo en mente en cuanto pueda irme a Madrid, a Madrid o donde fuera, pero como los vi en Madrid digo en Madrid. Y me encantaría ver musicales.*

*El otro día llevaron el de Grease a Tudela y estuvimos mi hermana y yo a punto,*

*pero yo me pensaba que era para otro día y me dijo “Que no, que no, que es para hoy”. Y digo, yo estas cosas las tengo que... Tan a bote pronto para ir y que no haya, no... (i3)*

Para i5, sin embargo, emigrar supuso cortar cualquier tipo de relación con este arte, en el que había participado, a nivel amateur, en Marruecos. Una vez en Zaragoza no ha acudido a ninguna obra de teatro, a diferencia, por ejemplo, de conciertos musicales, de los que es asiduo.

Sin ser una actividad fácilmente calificable, i2 asistió en los días en los que realizaron las entrevistas al espectáculo de teatro-Cabaret *The Hole*, que visitó Zaragoza varias veces durante el año 2014. La falta de interés concreto por el teatro (que no es una de las prioridades para esta joven) no impide, por lo tanto, que puntualmente se puedan asistir a algún tipo de obras de este tipo

También se aprecia una creciente afición por los monólogos de contenido humorístico, una actividad que siguen con cierta frecuencia i2 (incluso una antigua pareja se dedica a esta tipo de espectáculos), i3 (cuando residía en Zaragoza especialmente) o i4 (que también comenta que un amigo suyo se ha iniciado en este tipo de representaciones humorísticas).

Las exposiciones o visitas a museos no forman parte de las actividades habituales y no suelen aparecer en los relatos de estos jóvenes. La única que las frecuenta es i7, que tras realizar la Selectividad estuvo estudiando Cerámica. Esta vocación artística le mueve a que una de las secciones de la prensa que más le interesa sea la de Cultura. Si una exposición le atrae suele entrar, aunque no lo haya previsto previamente, por ejemplo, si por la calle pasa delante de un lugar donde se acoge una. Y de hecho, no le importa acudir sola, si en ese momento no se encuentra con nadie. Un tipo de comportamiento que no se corresponde, por ejemplo, con la asistencia a conciertos, que prácticamente en todos los casos se suele realizar como una actividad grupal.

Por su parte ió desde que era una niña estudió música (violín), incentivada por su madre y es aficionada al baile, además de que ha practicado durante una gran parte de su vida Judo. En la llegada a la Universidad en la que cursa estudios en Barcelona intentó formar parte del equipo de Voleibol, deporte que nunca antes había practicado. Al ser rechazada decidió probar fortuna en el grupo de animadoras que acompañan a los equipos que representan a la institución académica. La experiencia le gustó y desde entonces forma parte del equipo de animadoras, viajando incluso a otras ciudades europeas, aprovechando la competición deportiva que realiza su Universidad con otros centros de sus mismas características de otros países.

Este apartado viene a confirmar que los jóvenes cuentan con unas normas de comportamiento muy difusas ante lo que se podrían calificar otros espectáculos culturales (teatro, monólogos, exposiciones, visitas a museos, actividades de cultura popular, etc.). Por un lado, no ocupan un interés similar al de la música, que como ya se vio dispone de un fuerte componente identitario para los jóvenes y responden a los intereses y experiencias que los jóvenes han ido acumulando a lo largo de sus vidas.

Se trata, muy posiblemente, de los productos culturales en los que menor interacción se produce con la tecnología, si es que se produce alguna. Y por lo tanto, salvo en excepciones, menos ha influido la aparición, desarrollo y popularización de las tecnologías de la información.

Asimismo parece más que evidente que existe una brecha entre el mundo urbano y el rural, la distancia en este caso resulta obvia. Ni la oferta cultural, ni las posibilidades de acceso, ni las facilidades son similares. Ni siquiera, por la experiencia aportada por los propios jóvenes, entre Zaragoza y el resto de ciudades de Aragón.



## CAPÍTULO 10

# CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación se pretende conocer el alcance y penetración de las tecnologías de la información, así como los hábitos de consumo cultural de los jóvenes aragoneses. Para ello se han combinado el análisis de datos cuantitativos con una técnica metodológica cualitativa, como es la realización de historias de vida.

Por una parte, se han analizado los datos cuantitativos de penetración tecnológica y consumo cultural en Aragón, especialmente en su población joven. Posteriormente se procedió a la realización de ocho historias de vida de otros tantos jóvenes de entre 20 y 30 años de diferentes lugares de la Comunidad Autónoma.

De la mano del análisis de ambas metodologías se va a dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas, confirmando o refutando las hipótesis que se barajaban en la introducción de la presente investigación.

**¿Qué papel juegan las tecnologías de la información en la vida de los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años?**

Las tecnologías de la información se han convertido en parte importante de la vida de los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años. Forma parte de su ecosistema y se han convertido en lo que se ha venido a denominar tecnologías transparentes, esto es, aquellas que se han llegado a interiorizar totalmente, de forma que ni siquiera se es consciente de su existencia.

Esta afirmación se desprende tanto del análisis de los datos de penetración tecnológica como de los propios testimonios de los jóvenes investigados. La penetración de las tecnologías digitales abarca tanto al ámbito urbano como al rural, habiéndose reducido considerablemente en los últimos años la diferencia entre dichos ámbitos.

Principalmente cobran importancia este tipo de tecnologías en las relaciones interpersonales, ya que son esenciales para los jóvenes, alcanzando un nivel de ubicuidad y de hiperconectividad que nunca antes en la historia se había conseguido con ninguna tecnología anterior.

Un papel importante desempeñan tanto los smartphones como las aplicaciones de mensajería instantánea, sobre todo Whatsapp, que centralizan buena parte de las comunicaciones entre jóvenes, a través de los grupos que allí se crean. Estas aplicaciones se han convertido precisamente en la aplicación más utilizada de los teléfonos móviles, tal y como queda reflejado en los datos analizados en el capítulo 4.

La percepción que los jóvenes tienen hoy en día de esta herramienta es que prácticamente todos sus círculos de amistades o contactos se encuentran dentro de ella, siendo una excepción aquellos que permanecen al margen. De hecho, quienes permanecen al margen se encuentran habitualmente excluidos de debates, discusiones o diferentes aspectos que se tratan en ellos.

Aparte de para las relaciones interpersonales, las tecnologías resultan esenciales a la hora de consumir la cultura, siendo una fuente fundamental a la hora de conseguir productos de gran importancia para los jóvenes, como la música, películas o series, o para poderlos consumir, especialmente los productos audiovisuales.

Se puede afirmar, por lo tanto, una clara migración hacia el teléfono móvil, como

consecuencia de la popularización de los smartphones, que centraliza buena parte de las actividades, principalmente las que hacen referencia a las relaciones personales, dejando en un segundo lugar a los ordenadores. Esta migración ya se ha producido a la hora de conectarse a Internet, siendo el smartphone una herramienta principal para hacerlo, así como para conectarse a las redes sociales.

No en vano, el teléfono móvil es percibido socialmente como la tecnología que más ha modificado la vida cotidiana de las personas.

### **¿Cuál es el grado de penetración de las tecnologías de la información en la vida de los jóvenes aragoneses de 20 y 30 años?**

La tecnología forma parte completamente de las vidas de los y las jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años. La penetración tecnológica alcanza muchas facetas de sus vidas y mediatiza buena parte de sus relaciones.

Concretamente se puede afirmar que la gran mayoría de los jóvenes aragoneses se encuentran en conexión permanente con sus pares y con el mundo a través de la tecnología, específicamente gracias a la presencia de sus smartphones.

Siguiendo los planteamientos teóricos marcados por algunos autores, como Clarck (2003), nos encontraríamos ante jóvenes cyborgs, entendidos como la interacción entre la parte biológica y la parte tecnológica, una interacción que se manifiesta en múltiples situaciones en la vida diaria y cuyo vínculo principal se representaría a través del teléfono móvil (smartphone).

De hecho, la tecnología funciona como la extensión del cerebro de los jóvenes o un cerebro vicario que interactúa a diario con el cerebro biológico. Retomando el título de la investigación, la tecnología, simbolizada en la actualidad en el inseparable

smartphone, se ha convertido en su segunda piel. Un vínculo entre la parte biológica y la parte tecnológica, el elemento que les convierte en cyborgs sin necesidad de implantes.

Se trata de una relación que, en muchos casos, se reconoce de auténtica dependencia y que, llegado el caso, y ante la falta de la parte tecnológica, la ausencia del smartphone, produce sensaciones de ansiedad o incluso autoamputación. Lo que algunos autores (Clarck: 2003) consideran "derrame cerebral".

Una línea de investigación de futuro podría analizar las consecuencias de esta relación de dependencia y en qué medida pueden generar situaciones de adicción, si bien se trata de un enfoque que se sitúa fuera del ámbito de investigación de esta tesis.

### **¿Es diferente la forma en la que acceden los jóvenes del entorno urbano y el entorno rural a la cultura a través de las tecnologías de la información?**

Hoy en día la penetración de las tecnologías de la información y la forma en la que los jóvenes se sienten familiarizados con ella no establece diferencias entre los ámbitos urbano y rural. La brecha entre estos dos ámbitos se ha ido reduciendo hasta prácticamente ser imperceptible, tal y como se desprende de los datos de penetración tecnológica, en el caso concreto de Aragón. Tan solo en algunos dispositivos muy concretos (como el ebook) se aprecian diferencias significativas en cuanto al equipamiento tecnológico de los domicilios del ámbito rural y urbano.

En lo que se refiere a posesión de elementos tecnológicos, ni siquiera resulta un inconveniente el hecho de poder vivir en *zonas de sombra* o lugares con poca cobertura. La tecnología alcanza prácticamente todos los lugares, puesto que, en el caso de los teléfonos móviles, su uso no se relaciona únicamente con efectuar y recibir llamadas, sino como un terminal con el que realizar todo tipo de acciones que en

muchos casos complementan nuestra acción cerebral. El teléfono móvil sirve como reloj, como despertador, ejerce de radio, cámara de fotos y almacena música y otros archivos... Más allá de las acciones relacionadas con la comunicación (llamadas, mensajes, mensajería instantánea, conexión a Internet, redes sociales, etc.).

A través de la tecnología se accede directamente a buena parte de la cultura que los jóvenes consumen cada día (información, radio, música, productos audiovisuales...). En ese sentido, la tecnología mediatiza completamente el acceso a la cultura y se convierte en un elemento clave para poder disfrutar de ella.

De hecho, la desaparición de la distancia entre los dos ámbitos, urbano y rural, posibilita el acceso a la cultura, por medio de las tecnologías de la información, por parte de los jóvenes rurales. Se trata de un importante cambio con respecto a la época predigital, puesto que se supera las barreras impuestas por la técnica que dificultaban el acceso a la información o la cultura en el pasado. Las innovaciones técnicas alcanzan centro y periferia.

La distancia, sin embargo, todavía es más que evidente en cuestiones en las que no intervienen directamente las tecnologías de la información. La oferta y programación cultural o las posibilidades de acceso son diferentes en los dos ámbitos. A este respecto sí que existe una frontera invisible entre los mundos urbano y rural, lo que por otra parte no impide que existan inquietudes culturales entre los jóvenes del entorno rural.

Son precisamente esas inquietudes, motivadas por su propia formación, sus vivencias o por sus intereses, las que provocan en los jóvenes un mayor o menor interés por los hábitos culturales. No obstante, esos intereses no son uniformes ni responden a un mismo patrón en todos los casos, varían en función de otros aspectos externos. Uno de ellos, efectivamente, es la distancia.

**¿Las diferencias de clase social o de nivel adquisitivo influyen en la forma en la que los jóvenes acceden y utilizan las tecnologías de la información?**

Entre los jóvenes investigados no se aprecian grandes diferencias en la forma de acceder a las tecnologías de la información. Tal y como se ha podido ver a lo largo de la investigación el poder adquisitivo del que disponen no parece ser una clave determinante para poder tener una mayor o menor presencia de la tecnología en la vida de los jóvenes.

La tecnología de la información se entiende hoy en día como una necesidad primaria para los jóvenes, para poderse comunicar con sus pares y acceder a buena parte de los usos y hábitos culturales. El interés que la tecnología despierta en ellos es independiente al escalafón que ocupen en la sociedad.

Tener un mayor poder adquisitivo, incluso disponer de una mayor facilidad para poseer elementos tecnológicos tampoco asegura un mayor interés por la tecnología. El interés se genera más habitualmente por la necesidad de disponer de ella en la vida diaria, a la hora de que complemente las actividades habituales.

En ese sentido, las tecnologías de la información suponen incluso una oportunidad para algunos grupos sociales, como los inmigrantes, que forman parte de la periferia económica. A través de ellas pueden mantener sus vínculos familiares y de amistades con sus poblaciones de origen, o con otras personas de su entorno desplazadas a otras zonas del mundo. La tecnología en ese contexto se convierte casi en una necesidad para mantener importantes nexos humanos que de otro resultaría mucho más complicado.

### **¿Cuál es el papel de definidores de tendencias (*trendsetters*) tecnológicas de los jóvenes aragoneses de entre 20 y 30 años?**

La investigación confirma, a través de los testimonios de los jóvenes, el papel de *early adopters* de los jóvenes, que suelen ser quienes introducen las tecnologías de la información en sus respectivos ámbitos familiares, o quienes en primer lugar se familiarizan con ellos. Independientemente de quienes adquieren los dispositivos tecnológicos son los propios jóvenes o sus familiares, parece confirmarse el papel que desempeña la juventud como difusora de los adelantos en la sociedad, tal y como se describe en la parte teórica de la investigación.

Más allá de la adecuación del concepto de *Digital Natives* a la realidad, lo cierto es que los usos que los jóvenes hacen de las tecnologías e la información con el tiempo se convierten en usos habituales de las personas de otras generaciones de su entorno.

A lo largo de la presente investigación se ha podido ver como los jóvenes han realizado diversas migraciones en el ámbito de la tecnología, empujados por la presión social y por la tendencia del momento. Evidentemente no todas las tendencias que en un momento dado han seguido los jóvenes han sido seguidas por sus familiares o contactos de diferentes edades. Para que sea posible que los jóvenes ejerzan esa función de *trendsetters* resulta necesario que las funcionalidades que se apliquen a la tecnología en cuestión sean adecuadas con las necesidades de las personas interesadas.

Tecnologías o aplicaciones tecnológicas como *Whatsapp* son rápidamente asumidas por los jóvenes, que forman parte del grupo de los *early adopters*. Más tarde, al probarse su función e interés, resultando una herramienta útil para la comunicación instantánea y, sobre todo, asequible económicamente, se extiende su uso entre otros grupos de edad. Es ahí donde los jóvenes intervienen como *trendsetters*, como colectivo del que otros grupos aprenden y tienen como referencia para apropiarse de

los elementos tecnológicos y sus aplicaciones.

**¿Se encuentran los *Digital Natives* aragoneses de entre 20 y 30 años especialmente atraídos o interesados por los elementos tecnológicos?**

Las investigaciones realizadas vienen a confirmar que el interés de los jóvenes aragoneses nacidos a partir de los años ochenta tienen un interés funcional por las nuevas tecnologías. Estos jóvenes pertenecerían a las primeras generaciones de lo que se ha venido a denominar *Digital Natives* u otros conceptos como *Generación Net*, *Generación@* o incluso *#Generación*. Esto es, la generación surgida tras la eclosión digital experimentada con la aparición de Internet, la telefonía móvil, etc.

Los elementos tecnológicos, en general, les interesan en la medida en la que pueden obtener un beneficio en su aplicación en la vida diaria. Destaca muy especialmente la función de tipo relacional de las tecnologías de la información, como una forma de estar en contacto continuo con aquellas personas que forman parte de sus círculos (amistades, familia, trabajo, estudios...). Esta conclusión coincide con lo aportado por autores como Boyd (2007), tal y como se desarrolla en la parte teórica de la investigación. La tecnología como un medio para que los jóvenes se encuentren con sus pares, alejados de las miradas de los mayores.

Por ello, no se considera que tengan un especial interés en la tecnología, ni que estén preparados para ella de forma diferente a la de otras generaciones anteriores. Simplemente se trata de una cuestión de necesidad y de aplicación diaria. Por otra parte, los jóvenes que mayor manejo tienen e interés en la tecnología parecen una minoría (*geeks*) sobre la totalidad, al igual que esta minoría también puede existir en cualquier otra generación.

Diferente es el hecho de que para estos jóvenes, que han vivido el cambio hacia una sociedad digital, su ecosistema habitual está absolutamente rodeado de elementos

tecnológicos, que han hecho suyos, incorporándolos a sus vidas como parte de sí mismos.

### **Conclusión final**

La investigación realizada viene a confirmar, por lo tanto, las hipótesis que se planteaban cuando se formularon las preguntas de investigación

Una de las principales consecuencias de la eclosión digital ha sido la culminación de un proceso de redefinición de la distancia y el espacio, como conceptos que se ven influidos por los adelantos tecnológicos. La distancia deja de tener sentido desde el momento en que, a través de Internet, nos encontramos ante lo que algunos investigadores denominaron un "cero gigante", una distancia cero de cualquier parte del mundo.

El desarrollo de la investigación también permite alguna matización al respecto de la distancia. Por un lado, parece totalmente evidente que se ha desdibujado cualquier frontera entre lo urbano y lo rural frente a la tecnología. Encontrarse en la periferia geográfica, lejos del centro, incluso sin infraestructuras básicas (como el agua o la luz) no son sinónimo de abandono tecnológico o de desconocimiento de las tecnologías de la información. Al menos en la población joven. A ese respecto es evidente la distancia cero.

Sin embargo en las relaciones personales, principal función en la actualidad de la tecnología entre los y las jóvenes, la distancia sigue jugando un papel determinante. Las relaciones a través de los *smartphones* se producen básicamente con personas en las que de uno u otro modo existe un contacto físico continuado. De lo contrario, salvo que existan unos nexos de unión muy importantes y que la tecnología represente la única forma de mantenerlos (el caso de los inmigrantes que se comunican por skype o

por whatsapp con sus familiares y amigos de su país de origen), parece mucho más complicado mantener una relación personal en la que la distancia no sea determinante.

A pesar de que Marshall McLuhan anunciara ya hace más de medio siglo que en la edad eléctrica llevábamos a toda la humanidad en nuestra piel, resulta muy poco probable que establezcamos relaciones sociales con personas con las que no nos une ningún lazo, a pesar de que podamos tenerlas a una distancia cero de nosotros mismos.

La tecnología forma indudablemente parte de la piel de los jóvenes, sobre todo en el caso de los *smartphones*, quizá el más evidente y popular en la actualidad. Una segunda piel tecnológica que recubre su piel biológica y que, al mismo tiempo, interacciona con ella hasta el punto de que de la interacción de ambas, biológica y tecnológica, se construye nuestra identidad. Como la propia piel, es parte ya inseparable de los jóvenes, aunque también de otras generaciones menos jóvenes que la han ido incorporando, en ocasiones incentivadas (o ayudadas) por estos.

# BIBLIOGRAFÍA

## Libros

Atkinson, R. (1998). *The life Story interview*. Thousand Oaks: Sage

Baron, N. S. (2008). *Always on*. Nueva York: Oxford University Press

Bauman, Z. (2002) *Modernidad líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica

– (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Paidós

Benjamin, W (1983). *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*.  
Londres: Verso

Bergua, J. A. (2011). *Estilos de la investigación social. Técnicas, epistemología, algo de anarquía y una pizca de sociología*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Tercera edición. Bogotá: Pearson Educación

Bertaux, D. (2005): *Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica*. Barcelona. Bellaterra

Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer. Segunda edición

- (2002). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo

Brocano, F. (2000). *Mundos artificiales. Filosofía del cambio tecnológico*. Barcelona: Paidós

Calvino, I. (2013). *Punto y aparte. Ensayos sobre literatura y sociedad*. Madrid: Siruela

Cardenal de la Nuez, M. (2006). *El paso a la vida adulta. Dilemas y estrategias ante el empleo flexible*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas

Carr, Nicholas. (2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus. Pensamiento

Casacuberta, D. (2003). *Creación colectiva. En Internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa

Castells, M. (1996). *La era de la información (Volumen 1). Economía, sociedad y cultura: La sociedad red*. Madrid: Alianza editorial

- (1997). *La era de la información (Volumen 2). Economía, sociedad y cultura: El poder de la identidad*: Alianza editorial

- (1998). *La era de la información (Volumen 3). Economía, sociedad y cultura. Fin de milenio*. Madrid: Alianza editorial

- (2001). *La Galaxia Internet*. Madrid: Areté

- (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza editorial

Clarck, Andy (2003). *Natural-Born Cyborgs. Minds, Technologies, and The Future of Human Intelligence*. New York: Oxford University Press

Cornellá, A. (2010). *Infoxicación: buscando un orden de la información*. Barcelona: Infonomía

Debord, G. (2005). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos. Segunda reimpresión (segunda edición)

Díaz Nosty, B. (2103). *La prensa en el nuevo ecosistema informativo. «¡Que paren las rotativas!»*. *La transición al medio continuo*. Madrid-Barcelona: Colección Fundación Telefónica – Ariel

- (2011). *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid. Cátedra UNESCO de Comunicación-Universidad de Málaga.

Downes, L. y Mui, C. (1998). *Unleashing the Killer App: Digital Strategies for Market Dominances*. Boston: Harvard Business School Press

Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones: juego, sexo, comida, compras, trabajo, Internet*. Bilbao: Desclée de Brouwer

Echeburúa, E., Labrador, F. J. y Becoña, E. (coords.) (2013). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide

Featherstone, M. (1995). *Undoing culture. Globalization, postmodernism and identity*. London: Sage.

Fernández Clemente, E. (1997). *Gente de orden. Tomo 3. La economía*. Zaragoza: Ibercaja

Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Ediciones Juan Granica.

Freixa, C (2014). *De la Generación@ a la #Generación*. Barcelona: Ned

Fundación Telefónica (2015). *La Sociedad de la Información en España*. SiE[14]. Barcelona: Ariel

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México DF: Grijalbo

Garfield, S. (2011). *Es mi tipo. Un libro sobre fuentes tipográficas*. Madrid: Taurus

Garrido, L. y Requena, M. (1996). *La emancipación de los jóvenes en España*. Madrid: Instituto de la Juventud

Germán, L. (2012). *Historia económica de Aragón contemporáneo*. Zaragoza: Consejo Económico y Social de Aragón (CESA). Edición digital

Gershenfeld, N. (1999). *When things start to think*. Londres: Henry Holt & Company.

Gilder, G. (1992). *Life after television. The coming transformation of media and American Life*. New York: W. W. Norton.

Gimeno, Ch. (2014). Buscavidas. *La globalización de las migraciones juveniles*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza

Goodson, I. F. (2004). *Historias de vida del profesorado*. Barcelona: Octaedro

Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires: Paidós. Estudio de comunicación

Habermas, J. (1973). *Kultur und Kritik*. Frankfurt: Suhrkamp

Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC

Horkheimer, Max y Adorno, Theodor W (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta. Tercera edición. Madrid

Ito, M., Okabe, D. y Matsuda, M. (2005). *Personal, portable, pedrestian*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós

Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology. Methods and Techniques (Second Revised Edition)*. New Delhi: New Age International (P) Limited

Lahire, B. (2006). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. París : La Découverte/Poche

Innis, Harold A. *The Bias of Communication*. University of Toronto Press. Second Edition. Toronto 2012

Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura*. Barcelona: Gedisa editorial

Lafuente, J. (2014). *El don de la risa. Don Paco Martínez Soria*. Zaragoza: Doce Robles

Lankow, Jason, Ritchie, Josh y Crooks, Ross (2013). *Infografías. El poder del Story Telling Visual*. Barcelona: Gestión 2000

Latour, B. (1996). *Aramis of the love of technology*. Harvard University Press

Levy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington D. C.: Biblioteca Virtual em Saúde

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Comunicación

Martel, F. (2010). *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Taurus

Martín Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: GG. Segunda edición

Marx, K. (1979). *Miseria de la filosofía*. Madrid: Aguilar.

Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós Comunicación

Mead, M. 1977 (1970). *Cultura y compromiso. El mensaje a la nueva generación*. Barcelona: Granica

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós

- (1998). *La galaxia Gutenberg*. Barcelona: Galaxia Gutenberg

Morduchowicz, R (coord.) (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires: Gedisa

Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones BSA

Nerín, J. M. (2001). *Cada oveja sin su pareja. Informe sociológico sobre los solteros y solteras de la Canal de Berdún, los Valles y la Alta Zaragoza*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico

Pérez del Río, F. y Martín, I. (2007). *Nuevas adicciones: ¿Adicciones nuevas?* Guadalajara: Intermedio ediciones

Pisani, F. y Piotet, D (2009). *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós

Pool, I. (1983). *Technologies of Freedom: On Free Speech in an Electronic Age*. Cambridge: Harvard University Press

Postman, N. (1994). *The Disappearance of Childhood*. New York: Vintage books

- (1996). *Tecnópolis*. Barcelona: Galaxia Gutemberg

Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Grupo Editorial Norma

Reig, D. y Vílchez, L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica / Fundación Encuentro

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: The next social revolution*. Cambridge: Perseus Publishing

Rogers, E. (1983). *Diffusion of innovations*. Nueva York: The Free Press. Tercera edición

Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz editores

Satué, Enric (2012). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. Edición actualizada, revisada y corregida*. Madrid: Alianza Forma

Serrano, A. y Martínez, E. (2003). *La brecha digital: mitos y realidades*. México: Editorial UABC

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa editorial

Susca, V. (2012). *Deleite trágico. Las formas elementales de la vida electrónica*. Barcelona: Península. Atalaya

Tapscott, D. (1998). *Growing up Digital: the rise of the net generation*. Nueva York: McGraw-Hill

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós. Segunda reimpresión

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación

Toffler, A. (1971). *Future Shock*. Nueva York: Bantam Book

Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. Nueva York: Simon & Schuster

Urueña, A. (Coord.) (2014). *La sociedad en red. Informe Anual 2013*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo Normativo, Informes y Publicaciones. Centro de Publicaciones

Valles, M. (1989). *Abrirse camino en la vida proyectos vitales de los jóvenes madrileños*. Madrid: Universidad Complutense

- (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas

Van Gennep, A. (2008). *Los ritos de paso*. Madrid: Alianza Editorial

Velasco, H. y Díaz de Rada, A. (2003). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Trotta

Watkins, S.C. (2009). *The Young and the Digital: what the migration to social-network sites, games, and anytime, anywhere media means for our future*. Boston: Beacon Press

Winner, L. (2008). *La ballena y el reactor*. Barcelona. Gedisa. Segunda edición

### Capítulos de libros

Aguado, G. (2012). "Reordenación del mercado informativo ante un nuevo modelo de negocio publicitario". En: Diezhandino, M. P. (coord.), *El periodista en la encrucijada*. Ariel / Fundación Telefónica. Barcelona / Madrid

Bell, D. (1979). "The Social Framework of the Information Society". En: Dertouzos, M. y Moses, J. (comps.), *The Computer Age: A Twenty Year View*. Cambridge: MIT Press

Blanco, E. (2009). "Características y ventajas del periodismo especializado en los medios digitales". En: J. A. García Galindo, M. I. Vasallo de Lopes y M. T. Vera Balanza (coords.), *Construir la sociedad de la comunicación*. (pp. 229-244), Madrid: Tecnos

Boyd, D. (2007) "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." En: Buckingham, D. (Ed.). *Youth, Identity and Digital Media*. Cambridge: MIT Press

Brey, A (2009). "La sociedad de la ignorancia. En: Brey, A.; Innerarity, D., y Mayos, G. *La sociedad de la Ignorancia y otros ensayos*. Barcelona: Zero Factory

Callon, M. (1998). "El proceso de construcción de la sociedad. El estudio de la tecnología como herramienta para el análisis sociológico". En: Doménech, M. y Tirado, F. *Sociología simétrica*. Barcelona: Gedisa

Crouzet-Pavan, É. (1996). "Una flor del mal: los jóvenes en la Italia medieval (siglos XIII al XV). En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. I. De la Antigüedad a la Edad Moderna*. Madrid: Taurus. Pensamiento

Cruces, F. (2012). "Jóvenes y corrientes culturales emergentes". En: García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga Castro Pozo, M. (coords.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Barcelona: Ariel

Danet, B. (2102). "El texto como máscara: género, juego y performance en Internet". En: Jones G. S. (editor). *Cibersociedad 2.0*. Barcelona: Editorial UOC

Echeburúa, E. y Del Corral, P. (2013). "Las adicciones con o sin droga: una patología de la libertad". En: Echeburúa, E., Labrador, F. J. y Becoña, E. (coords.). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide

Estallo, J. A. (2013). "El diagnóstico de «adicción a los videojuegos»: uso, abuso y dependencia". En: Echeburúa, E., Labrador, F. J. y Becoña, E. (coords.). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide

Fabre, D. (1996). "Forjar la juventud en el pueblo". En: En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. II. La edad contemporánea*. Madrid: Taurus. Pensamiento

Feixa, C., González, I., Martínez, R., y Porcio, L. (2002). "Identitats culturals i estils de vida". En: Gómez, C., García, M., Ripoll, A. y Panchón, C. (coords.). *La infància i les famílies a l'inici del segle XXI*. Barcelona: Institut d'Infància i Món Urbà (CIIMU)

Fraschetti, A. (1996). "El mundo romano". En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. I. De la Antigüedad a la Edad Moderna*. Madrid: Taurus. Pensamiento

García Canclini, N. (1993). "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica". En: García Canclini, N. (coord.). *El consumo cultural en México*. México: Conaculta

– (2012). "Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes". En: García Canclini, Néstor; Cruces, Francisco y Urteaga Castro Pozo, Maritza (coords.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Ariel. Barcelona

Gil Encabo, F. (1999). "Bosquejo histórico-literario del costumbrismo aragonés". En: Mainer, J. C. y Enguita, J. M. (coords.). *Localismo, costumbrismo y literatura popular en Aragón: V curso sobre lengua y literatura en Aragón*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico

Kollock, P. (2003). "Las economías de la colaboración *on-line*. Regalos y bienes públicos en el ciberespacio". En: Smith, M. A. y Kollock, P. (ed.). *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial UOC

Labrador, F. J. y Villadangos, S. (2013). "Adicciones a nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes". En: Echeburúa, E., Labrador, F. J. y Becoña, E. (coords.). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide

Lasén, A. (2012). "Autofotos: subjetividades y medios sociales". En: García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga, M. (coords.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Barcelona: Ariel.

Leite, M. (2013). "Novas tecnologias da informação e direitos fundamentais : entre o consumismo e a sustentabilidade no contexto da obra de Nicholas Georgescu-Roegen". En: Sánchez Bravo, A. (editor). *Derechos humanos y protección de datos personales en el siglo XXI*. España: Punto Rojo Libros

Livingstone, S. (2007). "From family television to bedroom culture: Young people's media at home". En: Devereux (ed.). *Media Studies: Key issues and Debates*. London: Sage

Mancho, A. y Artero, J. P. (2014). "Situación y perspectiva de la televisión digital en Aragón". En: Marta, C. (coord.). *La comunicación digital en Aragón. Antecedentes, estado actual y tendencias*. Salamanca: Comunicación Social

Marta, C. y Gabelas, J. A. (2011). "Hacia la multialfabetización digital de los jóvenes en red". En: Martínez, E. y Marta, C. *Jóvenes interactivos*. Oleiros (A Coruña): Netbiblo

Martín-Barbero, J. (2008). "El cambio en la percepción de los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades". En: Morduchowicz, R. (Coord.). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires: Gedisa

Morales, S., Álvarez, A. y Loyola, M. (2011). "Apropiación de tecnologías de la información y la comunicación e interactividad juvenil: Realidades y desafíos". En: Martínez, E. y Marta, C. *Jóvenes interactivos*. Oleiros (A Coruña): Netbiblo

Morduchowicz, R. (2008). "La relación de los jóvenes y las pantallas". En: R. Morduchowicz (Coord.). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires: Gedisa

Muñoz, M. J., Fernández, L. Y Gámez, M. (2013). "Adicción y abuso del teléfono móvil". En: Echeburúa, E., Labrador, F. J. y Becoña, E. (coords.). *Adicción a las nuevas tecnologías en adolescentes y jóvenes*. Madrid: Pirámide

Passerini, L. (1996). "*La juventud, metáfora del cambio social (dos debates sobre los jóvenes en la Italia fascista y en los Estados Unidos durante los años cincuenta)*". En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. II. La edad contemporánea*. Madrid: Taurus. Pensamiento

Perrot, M. (1996). "La juventud del obrera: del taller a la fábrica". En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. II. La edad contemporánea*. Madrid: Taurus. Pensamiento

Pinch, T. y Bijker, W. (1984). "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other". En: N. Bijker; T. Hughes; T. Pinch (ed.). *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge (MA): MIT Press

Pinto, M. (2008). "Información, acción, conocimiento y ciudadanía. La educación escolar como espacio de interrogación y de construcción de sentido". En: R. Morduchowicz (Coord.). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires: Gedisa

Reig, D. (2013). "Encuentro con expertos. Punto de vista sociológico-psicológico". En: Fundación Telefónica. *Identidad Digital: el nuevo usuario en el mundo digital*. Barcelona / Madrid: Ariel / Telefónica

Schnapp, A. (1996). "La imagen de los jóvenes en la ciudad griega". En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. I. De la Antigüedad a la Edad Moderna*. Madrid: Taurus. Pensamiento

Schindler, N. (1996). "Los guardianes del desorden. Rituales de la cultura juvenil en los albores de la edad moderna". En: Levi, G. y Schmitt, J. C. (directores). *Historia de los jóvenes. I. De la Antigüedad a la Edad Moderna*. Madrid: Taurus. Pensamiento

Schofield Clark, L. (2003). "Flirteo en la Red: los adolescentes y el auge de las relaciones puras". En: Jones G. S. (editor). *Cibersociedad 2.0*. Barcelona: Editorial UOC

Sedeño, A. (2011). “Autoría colaborativa, videojuegos y educación de los jóvenes nativos digitales”. En: Martínez, E. y Marta, C. *Jóvenes interactivos*. Oleiros (A Coruña): Netbiblo

Servon, L. J. y Pinkett, R. D. (2006). "Estrechando la brecha digital: potencial y límites del movimiento de tecnología comunitaria norteamericano". En: *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza editorial

Urteaga, M. (2012). “De jóvenes contemporáneos: Trendys, emprendedores y empresarios culturales”. En: García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga, M. (coords.). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Barcelona: Ariel.

Viedma, A. (2009). “Entrevistas”. En: Callejo, J. (coord.). *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*. Madrid.: Ramón Areces.

Woolgar, S. (2005). “Cinco reglas de la virtualidad”. En: Woolgar, S. (editor). *¿Sociedad virtual? Tecnología, 'cibérbole', realidad*. Barcelona: Editorial UOC

### **Artículos de revistas**

Aganzo, A. (1985). La juventud rural y la crisis de la agricultura. *Documentación Social: Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada*, 48.

Berlanga, I. y Martínez, E. (2010). Ciberlenguaje y principios de retórica clásica. Redes sociales: el caso de Facebook. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 2.

Cabrera, D. H. (2006). Movimiento y conexión. *Política y Sociedad. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense*, 43 (2).

Di Leo, P. y Tapia, S. A. (2013). En los márgenes de los márgenes. Procesos de individuación y experiencias migratorias de jóvenes en barrios populares del Área Metropolitana de Buenos Aires. *Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales de Buenos Aires*, 15.

Di Maggio, P. y Hargittai, E. (2001). From the “Digital Divide” to “Digital Inequality”: Studying Internet Use as Penetration Increases. *University of Princeton Working Paper Series*, 15.

Feixa, C. (2000). Generación @. La juventud en la era digital. *Nómadas*, 13.

Fouce, H. (2009). Un largo verano de festivales. Categorías de experiencia y culturas productivas en la industria musical española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64.

Gómez, S. y Cabeza, J. (2013). Oír la radio en España. Aproximación a las audiencias radiofónicas durante el primer franquismo (1939-1959). *Historia Crítica*, 50.

Jouët, J. y Pasquier, D. (1999). Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans. *Réseaux*, 92-93 (17).

Marta, C., Gabelas, J. y Hergueta, E. (2013). Phenomenological features of digital communication: interactivity, immersion and ubiquity. *Sociedad de la Información*, 44 (Special Issue).

Pac, D. y Ventura de Pedro, T. (2015). Trayectoria de jóvenes de Zaragoza (España) en configuraciones familiares obreras. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13 (2).

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*. MCB University Press, 5.

Pulido, S., Castro, J., Peña, M. & Ariza, D. P. (2013). Pautas, creencias y prácticas de crianza relacionadas con el castigo y su transmisión generacional. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11(1).

Pujadas, J. (2000). El método biográfico y los géneros de la memoria. *Revista de Antropología Social*, 9.

Saffo, P. (1992). Paul Saffo and the 30-Year Rule. *Design World*, 24.

Santos, A. (2013). Fuga de cerebros y crisis en España: los jóvenes en el punto de mira de los discursos empresariales. *Áreas. Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 32.

Wortman, A. (2001). Aproximaciones conceptuales y empíricas para abordar identidades sociales juveniles y consumos culturales en la sociedad argentina del ajuste. *Documentos de Trabajo. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires*, 24.

### **Artículos digitales**

Champan, G. y Rhodes, L. (1997). *Nurturing Neighbourhood Nets: Technology Review*. En: MIT Technology Review. Octubre de 1997.  
<<http://www.technologyreview.com/featuredstory/400099/nurturing-neighborhood-nets/>> Última visita: 20 de abril de 2015

DeGusta, M. (2012). *Are Smart Phones Spreading Faster than Any Technology in Human History? Mobile computers are on track to saturate markets in the U.S. and the developing world in record time.* En: MIT Technology Review. Mayo de 2012. <<http://www.technologyreview.com/news/427787/are-smart-phones-spreading-faster-than-any-technology-in-human-history/>> Última visita: 28 de diciembre de 2015

### **Otras publicaciones**

Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. y Tabernero, C. (2009). *Jóvenes y ocio digital. Informe sobre el uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España.* Barcelona: Editorial UOC

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2015). *Barómetro de marzo de 2015.*

Comscore (2011). *Digital Omnivores: How Tablets, Smartphones and Connected Devices are Changing U. S. Digital Media Consumption Habits*

Gabelas, J. A. y Marta, C. (2008). *Consumos y mediaciones de familias y pantallas. Nuevos modelos y propuestas de convivencia.* Zaragoza: Dirección General de Salud Pública. Departamento de Salud y Consumo. Gobierno de Aragón

Injuve (2013). *Informe Juventud en España 2012.*

Instituto Aragonés de Empleo (2014). *Informe sobre el colectivo Joven en Aragón.*

Instituto Aragonés de Estadística (2014). *Datos Básicos de Aragón.*

Ito et al (2010). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media.* Nueva York: MIT PRESS

Kovacs, I. (2013). *Flexibilização do mercado de trabalho e percursos de transição de jovens: uma abordagem qualitativa do caso da área metropolitana de Lisboa*. Lisboa: SOCIUS Working Papers

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2014). *Anuario de Estadísticas Culturales 2014*.

Observatorio de la Juventud de España. Servicio de Documentación y Estudios (2011). *Desmontando a ni-ni. Un estereotipo juvenil en tiempos de crisis*. Madrid: Instituto de la Juventud

Prensky, M.. *The death of command and control?* Strategic News Service. 2004

International Communication Union (2014). *Percentage of individuals using the Internet*.