



Opinión

Manuel Fdo.
Alvarez Lucero



Antropólogo

Un poco más humano

El uso de redes sociales es una de las actividades que más frecuentemente realizan las y los adolescentes en la sociedad actual. Según el estudio "Flujos de curatoría informativa en adolescentes" el 79% reporta usar Instagram casi todos los días o más, muy parecido al consumo de música (78%). Cifras similarmente elevadas se observan para WhatsApp (75%) y TikTok (73%). Más atrás aparece el uso de YouTube (64%). Se aprecia que el uso de estas plataformas es más frecuente que otras actividades que las y los adolescentes pueden realizar en su tiempo libre, tales, como conversar por teléfono o audio (49%), ver Netflix u otras plataformas de video (47%) o jugar solo o con otras personas por Internet con computador, consolas u otro dispositivo (40%).

Vale la pena destacar que buena parte de la recolección de datos para esta encuesta se realizó cuando las comunas estaban en cuarentena y, por lo tanto, las clases se dictaban virtualmente y no era posible realizar actividades presenciales.

En cualquier caso, esto confirma lo ya sabido y caracterizado por Sonia Livingstone (2011 y 2013), en el sentido de que hoy los procesos de construcción de identidad y sociabilidad de los niños, niñas y adolescentes están crecientemente inmersos dentro del mundo de sus redes sociales digitales: una cultura digital, alternativa y propia, donde se rearticulan todas las dimensiones de la niñez y la adolescencia: sus relaciones familiares y de amistades, su gestión de agenda y tiempos, formas de expresión, visibilidad y participación. Mientras tradicionalmente se esperaba que niñas, niños y adolescentes se acomodaran a las normas culturales, con internet esto cambia: los NNA celebran ahora un mundo propio, una "exploración pionera" de nuevas oportunidades de identidad, sociabilidad, aprendizaje y emancipación. Este espacio se levanta en forma autónoma al dominio de padres y madres y -por cierto- al de los medios de comunicación tradicionales.

El consumo informativo vía portales de noticias, radios y X tiende a ser más alto en adolescentes cuyos dos padres pasaron por la educación superior, en contraste a jóvenes en que uno de los padres pasó por la educación superior o ninguno lo hizo. Por el contrario, el uso informativo de Facebook y WhatsApp tiende a ser más frecuente en escolares cuyos padres no pasaron por la educación superior. Además, el consumo informativo de medios tradicionales y sociales varía significativamente, en términos estadísticos, por el nivel que cursan las y los estudiantes. En efecto, el uso informativo de radios, Facebook e Instagram es más frecuente en estudiantes que cursan tercero medio que en aquellos que cursan niveles inferiores. Todo lo contrario, se observa en el uso informativo de TikTok, el cual es más frecuente en estudiantes que cursan primero medio que en aquellos que cursan niveles superiores.

Se reconoce en este estudio que los grupos más jóvenes de la población están inmersos en un ecosistema mediático complejo y sobreabundante en información, ya no solo integrado solo por un ciclo de noticias dominado por profesionales de la información, sino también por pares y otras personas comunes al proceso a través de redes sociales.

Lo que va en un aumento acelerado y progresivo es la cantidad de tiempo que pasan los adolescentes frente a las pantallas y redes sociales, donde existen ya estudios con evidencia que demuestran el enorme efecto negativo que tiene la adicción a la tecnología y a los aparatos móviles en la emocionalidad, sociabilidad y desarrollo de los niños y jóvenes, transformándose en uno de los principales desafíos que tenemos actualmente como sociedad, ya que el futuro se observa muy diferente, con nuevos paradigmas al respecto, lo instantáneo nos está paralizándolo, entonces se requiere la intervención de diversas disciplinas para intentar volver al ser humano, a ser un poco más humano.