

Los medios de comunicación y las redes sociales se han convertido en la principal alternativa del ocio juvenil.

Los medios nos influyen, y mucho

Juan Pablo II, en una de sus últimas cartas a los periodistas, advirtió de que vivíamos en una época de comunicación global en la que «muchos momentos de la existencia humana se articulan a través de procesos mediáticos». Y así es. Hoy, los medios de comunicación y las redes sociales se han convertido en la principal alternativa del ocio juvenil y, por lo tanto, también en la «formación o deformación de su personalidad y su conciencia», como advierte el profesor y director pedagógico del colegio salesiano El Pilar (Madrid), José Carlos Fernández. Al tiempo que antes uno se pasaba presencialmente con los amigos, hoy se le suma (o resta) el dedicado al consumo de las distintas redes sociales, de la televisión o de series en el ordenador. Entre otras cosas.

Según datos de RTVE, los españoles pasamos 5,20 horas al día en internet; 2,53 horas ante el televisor y 1,38 en las redes sociales. Y si nos centrásemos en la franja adolescente, las horas dedicadas a estas últimas se disparan: entre 6 y 9 si miramos a EEUU, donde sí hay estudios al respecto.

La influencia que tienen los medios en la sociedad en general y en los jóvenes en particular queda, por lo tanto, patente. ¿Es esto algo malo? No necesariamente. Los medios de comunicación social y las nuevas tecnologías pueden ser valiosas herramientas en la formación de los jóvenes. Eso también es un hecho. Pero para ello, debemos aprender a utilizarlas. Y es que, en muchos casos, como señala Jose Carlos Fernández, son los propios adolescentes los que seleccionan el contenido que consumen, sin tener la suficiente capacidad crítica para hacerlo. Las series y la televisión, explica, nos muestran a menudo «un mundo irreal con valores e ideales irreales» y, sin ninguna otra referencia, los jóvenes pueden llegar a creer que el mundo es como se lo muestra la televisión.

De nuevo, esto no sería un problema si los medios diesen contenido de calidad, si ofreciesen una visión del mundo acorde a la realidad e impregnada de valores que merezca la pena recibir. Afortunadamente los hay, y hoy son muchos los jóvenes apasionados por la comunicación, jóvenes que dentro de unos años no solo serán consumidores de contenido, sino productores del mismo y que, como en el caso que se muestra a continuación, dan esperanza.

M. Teresa Ausín

