

Ballesta, J. (Dir.), Gómez, J; Guardiola, P; Lozano, J; Serrano, F.

El consumo de medios en los jóvenes de Secundaria

Madrid: CCS, 2003. 295 pp.

La relevancia de los medios de comunicación en la sociedad es un hecho incontrovertido y dentro de ella los jóvenes forman un grupo clave para poder comprender los cambios culturales, de costumbres y de actitudes que se van produciendo en el devenir de los pueblos, en un contexto progresivamente globalizado. En este libro un grupo de profesores universitarios se propone estudiar el consumo de los medios de comunicación en general en los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y valorar qué eligen y prefieren, porqué seleccionan determinados productos audiovisuales y conocer su perfil específico. Se pretende, en suma, estudiar los efectos e interrelaciones de los medios masivos de comunicación y los hábitos de información entre el grupo citado, sin desconocer la importancia del entorno, y ver cómo la información influye en sus valores, en sus modos de conocer, en sus preferencias e intereses, etc.

Los autores de esta publicación, profesores de la universidad de Murcia, ya tienen en su haber investigaciones semejantes referidas a la práctica educativa con medios de comunicación (1988) o a la escuela, la familia y medios de comunicación (2001), conclusiones que integran en este trabajo revisadas, a la vez que siguen profundizando y ampliando la perspectiva a los nuevos medios que tienen mayor incidencia entre la población de Educación Secundaria Obligatoria. Señalan también la necesidad de abordar este trabajo con una postura crítica que nos haga estar en duda permanente sobre la función de los medios de comunicación. Educar para las nuevas tecnologías puede tener un papel liberador al ayudar a tomar conciencia sobre el papel de la información y la necesidad de su democratización y de la interpretación de la información. La revisión cuantitativa del consumo de medios, sobre todo audiovisuales,

nos muestra el alto nivel de impacto y la carga ideológica que pueden asumir, que puede condicionar seriamente a los usuarios y su uso en acciones diversas, ni siquiera previstas por los diseñadores de programas o medios. Las conclusiones de las principales aportaciones e investigaciones realizadas, tanto en España como en Europa nos muestran que se están produciendo cambios sustantivos en la manera de comunicarnos, de informarnos y de valorar positiva y críticamente la gran cantidad de información que consumimos. También el desplazamiento de las preferencias de los jóvenes, de la cultura escrita a la telemática, siendo Internet ya el medio con mayor tasa de frecuencia de uso entre los jóvenes.

La cuestión de si los medios nos igualan o nos diferencian es una cuestión que educativamente no está resuelta, si bien se reconocen sus potencialidades en Educación Especial y la multitud de iniciativas en la línea de la expansión de las tecnologías por parte de instituciones oficiales.

El diseño de la investigación presenta los objetivos de la misma, la metodología transversal y como instrumento, la encuesta. La muestra ha sido seleccionada de forma aleatoria por conglomerados y de forma polietápica. Se recogieron datos de esta muestra por sexo, edad, residencia, profesión de los padres, estudios, preferencias al terminar la ESO y alumnado con necesidades educativas especiales. En el segundo apartado se le pide información acerca de los aparatos electrónicos, libros, prensa, revistas, televisión, acceso a internet, y regalos preferidos. En el tercer bloque se recogen las preferencias y usos de los media por parte de los estudiantes: canal de Tv. que ven, que prefieren, horarios, preferencia por tipos de programas, acompañantes al ver Tv., hábitos en la casa, radio, emisoras, frecuencia de Internet, usos de ésta, películas vistas, lecturas, regalos que prefiere, móvil y su gasto, etc.

El análisis de los datos nos da para las variables cualitativas el cálculo de frecuencias y porcentajes; para las cuantitativas, los estadísticos descriptivos básicos y elaboración de gráficos. Los análisis fueron básicos, con medidas de tendencia central asociadas a frecuencias y porcentajes, y tablas de contingencia para la lectura cruzada, relacionando variables.

Las conclusiones del trabajo nos muestran un alto incremento de acceso y equipamiento tecnológico (tél. Tv. Radio), a la vez que baja la dotación de equipamientos tradicionales (libros, bibliotecas o Internet). Crece la telefonía móvil con un gasto medio mensual de 33 euros fun-

damentalmente en usos de mensajería. Destacan la individualización de los contenidos, su dirección al ocio y el empuje de la música. Internet avanza a medida que avanza la edad y los estudios de los alumnos, está localizado en la familia y considerado un instrumento de diversión, y sólo para un 10 % de estudio. En cuanto a la Tv. destaca el escaso control paterno, la irrupción de los canales de pago, y la preferencia de los programas de cine, musicales, de humor y deportivos. En la radio destaca la preferencia lúdica y musical. La lectura tiene los niveles más bajos y acusa la dura competencia del resto de las tecnologías al ir disminuyendo el número de lectores con la edad. El hábito lector no se consolida, aunque las mujeres leen más que los varones. En prensa se destaca la baja presencia diaria en los hogares que se incrementa en los fines de semana, fundamentalmente la regional y la deportiva.

El libro finaliza con una serie de recomendaciones de tipo educativo, que pueden tener sentido tanto para las autoridades, como para los centros y familias. Se trata de una investigación bien fundamentada llevada a cabo con rigor y que puede servir para tomar decisiones en las familias, pero sobre todo en los centros. El conocimiento de los nuevos canales por los que discurre la información constituye un aspecto novedoso, tanto para su uso, cuanto para su utilización con fines educativos, alternando los lúdicos habituales.

ISABEL CANTÓN MAYO
Universidad de León