

Los jóvenes españoles, habitantes de los medios: una propuesta de ayuno digital

Montserrat Doval Avendaño (Universidad de Vigo).

Susana Domínguez Quintas (Universidad de Vigo)

I CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO: Aportaciones para el debate en el siglo XXI (9 al 13 de marzo de 2016)

Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla

Libro de actas, página 273

Palabras clave: medios digitales, dieta digital, comunicación mediada, infoxicación, ecología de los medios, capitalismo afectivo

Área temática: Alfabetización mediática y Educomunicación en el contexto de la comunicracia.

Los jóvenes españoles –al igual que sus coetáneos de otros países desarrollados- son habitantes de los medios (Deuze, 2011). Más que utilizarlos, viven en ellos. Los resultados de algunas encuestas realizadas entre los llamados “millennials” de EEUU mencionan que los jóvenes no podrían vivir sin su teléfono móvil, que es el primer producto del que no pueden prescindir por delante incluso del agua o la comida (Refuel Agency and SurveyMonkey, 2015).

Esa inhabitación en los medios hace que, tal como dice McLuhan, sean más conscientes de los servicios que de los perjuicios que la tecnología proporciona, porque estos últimos son invisibles. La tarea esencial de la alfabetización mediática será mostrar los efectos de los medios en sí para que los jóvenes puedan decidir libremente comprendiendo los medios (McLuhan, Full lecture: The medium is the message, 1977)

En esta ponencia nos proponemos mostrar, en la línea de experimentos realizados con anterioridad en otros países (Moeller, Powers, & Roberts, 2012), cómo un grupo de estudiantes de titulaciones de Comunicación de la Universidad de Vigo responden a un ayuno digital de 24 horas. Para poder asegurar la completa libertad de las personas que acceden a hacer el experimento, no se plantea como un ejercicio de clase de una asignatura concreta sino como un ejercicio voluntario para los alumnos, que deben renunciar al uso de cualquier aparato que utilice pantalla (teléfono móvil, ordenador, tablet, televisión) y a los reproductores de música (iPod y MP3). Tras el ayuno, se pedirá a los alumnos que escriban sus experiencias de modo libre y se hará un análisis cualitativo de los textos en la línea de lo realizado en los experimentos mencionados más arriba.

Así, la finalidad es doble: en primer lugar la concienciación de los alumnos sobre su propia actitud ante los medios y en segundo lugar un análisis de las emociones y de los usos y gratificaciones que los usuarios buscan en los medios tecnológicos.

Referencias

- Refuel Agency and SurveyMonkey. (junio de 2015). *Millennial Teens*. Obtenido de Refuel Agency: <http://research.refuelagency.com/wp-content/uploads/2015/07/Millennial-Teen-Digital-Explorer.pdf>
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society*, 1(33), 137 –148. doi:10.1177/0163443710386518
- Logan, R. K. (2013). *McLuhan Misunderstood: Setting the Record Straight* . Toronto: The Key Publishing House Inc.
- McLuhan, M. (27 de junio de 1977). *Full lecture: The medium is the message*. Obtenido de YouTube: <http://youtu.be/a11DEFmOWCw>
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Moeller, S., Powers, E., & Roberts, J. (1 de octubre de 2012). «El mundo desconectado» y «24 horas sin medios»: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes. *Comunicar*, XX(39), 45-52.