

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Cáceres, M. D. & Morales, E. (2014). Juventud hiperconectada. Comunicación y sociabilidad virtual. Estudio de caso sobre desconexión de medios durante 24 horas en jóvenes universitarios españoles. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 7(2), Artículo 7. Disponible en la siguiente dirección electrónica:

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

JUVENTUD HIPERCONECTADA. COMUNICACIÓN Y SOCIABILIDAD VIRTUAL

ESTUDIO DE CASO SOBRE DESCONEXIÓN DE MEDIOS DURANTE 24 HORAS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES

HYPERCONNECTED YOUTH. COMMUNICATION AND VIRTUAL SOCIABILITY

CASE STUDY ABOUT DISCONNECTION IN MEDIA FOR 24 HOURS IN SPANISH COLLEGE STUDENTS

*CÁCERES ZAPATERO, María Dolores. Universidad Complutense de Madrid
(España)*

caceres@ccinf.ucm.es

MORALES CORRAL, Enrique. Universidad Complutense de Madrid (España)

mors800@hotmail.es

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

RESUMEN

Esta colaboración presenta algunos resultados de un trabajo realizado con 190 estudiantes universitarios a partir de una experiencia de desconexión de los medios llevada a cabo durante 24 horas. El objetivo era conocer los estados de ánimo y los sentimientos experimentados y cómo la situación de desconexión afectó sus relaciones y comunicaciones interpersonales. Se trataba de que los estudiantes pudieran conocer, reflexionar y analizar sus propios hábitos comunicativos para ser conscientes de las oportunidades, retos y riesgos; y también tomar conciencia de su dependencia de los medios en la vida diaria. El trabajo de curso pretendía fomentar un uso responsable de Internet y de los demás medios. Los jóvenes fueron invitados a expresar, a través de un cuestionario, sus sensaciones. Las respuestas fueron codificadas y tratadas con el programa SPSS. Los resultados ponen de manifiesto que la hiperconexión es su forma de estar en el mundo y de relacionarse, que su ausencia provoca malestar y que la comunicación mediada tecnológicamente ha sustituido una parte importante de la comunicación cara a cara.

Palabras clave: Desconexión; comunicación interpersonal; jóvenes; relaciones interpersonales.

Recibido: 2014-04-13

Aceptado: 2014-06-27

ABSTRACT

This collaboration presents the results of a study conducted with 190 college students who had a 24 hours media disconnection experience. The aim was to know the feelings experienced and how the situation affected their interpersonal and communication relationships. We wanted that students could learn, reflect and analyze their own communication habits in order to identify opportunities, challenges and risks; and also become aware of their dependence on media every day. The work tried to promote responsible use of the Internet and other media. Young people were invited to express, through a questionnaire, their feelings. Answers were coded and processed with SPSS software. The results show that hyperconnection is their way of relating and being in the world, that its absence causes discomfort and technologically mediated communication has replaced a major part of the face to face communication.

Keywords: Disconnection; interpersonal communication; young people; interpersonal relationships.

Submission date: 2014-04-13

Acceptance date: 2014-06-27

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

1. Introducción

La incorporación de las TICs a la vida cotidiana ha cambiado hábitos y comportamientos. La naturalización de las interacciones virtuales ha transformado las formas de comunicación y de relación, sobre todo entre los más jóvenes. Estos *nativos digitales* en terminología de Prensky (2001), ya han sido alfabetizados en dichas tecnologías desde la infancia, y resultan ser los usuarios más intensivos y extensivos de la Red. En este sentido, es posible hablar de nuevas formas de sociabilidad que se generan, ya no a partir de la comunicación presencial, sino de la conexión continua y ubicua que permite la Red y que caracteriza a la denominada *sociedad del conocimiento*. En este contexto, cobran especial relevancia todas las prácticas de comunicación que, nunca como ahora, han copado una parte tan importante del tiempo vital del sujeto. De hecho, la Red se ha convertido en un espacio de socialización en el que encontrarse con otros, compartir y relacionarse ahora pasa por la mediación tecnológica. *Estamos en la era de la comunicación*, se ha dicho reiteradamente o, mejor habría que decir, *la era de la conexión*. En *la era de la hiperconexión*, se sostiene en estas páginas.

Esta nueva sociabilidad, que en otras páginas hemos denominado *sociabilidad virtual* (Cáceres, Ruíz & Brändle, 2009, p. 216), puede ser explicada desde factores tanto internos como externos. Por una parte, se puede hablar de factores externos que vienen dados por la omnipresencia de la tecnología en todos los ámbitos de la sociedad contemporánea (contexto productivo, comercial, de ocio y consumo, de información, etc.), su dinamismo y cambio constante vertiginoso (del que es difícil sustraerse), como se verá más adelante, y que obliga a una actualización permanente. Por otra, factores internos que se relacionan con un ecosistema social conformado por relaciones interpersonales mediadas. La tecnología es un entorno mediador de las interacciones sociales en donde se produce, circula y consume información y relación. Así, las nuevas realidades sociales y comunicativas que se han creado deben ser consideradas no de forma inconexa y desligada del mundo analógico, sino como un componente más y en continua y mutua retroalimentación (Arroyo & Sádaba, 2012). Estudios recientes (Cáceres, Brändle & Ruiz, 2013) muestran que no hay solución de continuidad, al menos desde la percepción los nativos digitales, entre el mundo *on-line* y mundo *off-line*. Se puede decir que la vida cotidiana se ha hecho muy virtual y vivir es estar conectado a la Red.

La Red se ha convertido, así, en un espacio de interacción que tiene como consecuencia que una parte importante de los procesos de comunicación interpersonal se hayan trasladado a los entornos virtuales (Orchard et al., 2014). Esta es precisamente la aportación de la tecnología a los procesos de comunicación: ampliar la sociabilidad humana más allá del encuentro cara a cara.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Sin renunciar a los grupos de pertenencia, o desde un nuevo concepto de afiliación, se tienden a multiplicar las relaciones reticulares, ubicuas y dinámicas, a veces, en sustitución de las formas tradicionales.

Los datos arrojan cifras muy altas de conexión diaria a Internet, sobre todo entre los jóvenes, lo que ha llevado a hablar de la era de la *hiperconexión*. En España, el número de ciudadanos que accede a la Red se incrementa de año en año (Fundación Telefónica, 2014). En 2013, los usuarios que habían accedido a Internet en los últimos tres meses alcanzaron el 71.6% (en el segmento entre 16 y 74 años). En cifras absolutas, 24,8 millones de españoles acceden a Internet en ese segmento, 700.000 usuarios más que el año anterior. Los usuarios frecuentes (que se conectan a la Red al menos una vez por semana) suponen el 92% del total de internautas. Los de uso diario alcanzan los 18,6 millones de personas, el 53.8% de la población de 16 a 74 años. La edad, por razones ligadas a una mayor alfabetización digital, sigue marcando las principales diferencias en el acceso, siendo mayor este cuanto más joven es el segmento del que se trata. Así, los jóvenes comprendidos en la franja de edad entre los 16 y los 24 años (que se corresponde con los sujetos estudiados en este trabajo) son los usuarios más intensivos de Internet: el 97.4% de los internautas con edades en dicha franja.

Otros datos recientes apoyan estas afirmaciones. En nuestro país, el 86% de los jóvenes entre 18 y 24 años posee un *smartphone* (Fundación Telefónica, 2014). El teléfono inteligente es más que un mero dispositivo, ha llegado a transformar el comportamiento cambiando la forma en la que gestionamos nuestra vida digital e incluso otras actividades más cotidianas, el ocio y las formas de relación primando la conectividad *anytime, anywhere*. Esto explica que el medio del que les resulte más difícil prescindir a los jóvenes, como se verá en este estudio, sea el teléfono móvil.

El uso del teléfono móvil es indisociable del fenómeno de las redes sociales que se han universalizado: un 93% de los internautas españoles tiene al menos una cuenta activa en alguna red social (The Cocktail Analysis, 2013). Si bien el ordenador es el dispositivo de acceso más frecuente y extendido, ganan protagonismo los *smartphones* (67% de usuarios acceden a diario) y tablets (56%), lo que incide en la idea de acceso en movilidad. *Facebook* sigue siendo la red líder absoluta (83% de los internautas declaran tener una cuenta activa) seguida de Twitter (42%), mientras Tuenti (27%) y Google+ (27%) se ven afectadas por importantes tasas de abandono (The Cocktail Analysis, 2013).

Junto al acceso a las redes sociales en movilidad, cabe destacar otra tendencia reciente que también se relaciona con el uso del *smartphone*: el impacto de la red *Whatsapp*. Según la consultora The Cocktail Analysis (2013), el 84% de los usuarios de un teléfono inteligente en España lo usan a diario. Estos datos hablan

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

de prácticas de conectividad continuadas y muy valoradas por parte de los usuarios.

Estas cifras permiten plantear el hecho de que la comunicación se ha hecho más *social* que *informativa*, en el sentido de que la función de integración y fortalecimiento de los lazos sociales parece más importante que la meramente informativa. Esto parece confirmar los planteamientos del antropólogo y biólogo evolucionista británico Dunbar (1996). En principio podría pensarse que los seres humanos utilizamos la comunicación para informarnos mutuamente de cómo es el mundo y de lo que ocurre en él, pero teorías recientes (Gärdenfords, 2006) muestran que no es evidente que esta haya sido la principal función de la comunicación. Dunbar (1996) plantea que el lenguaje no sirvió para la comunicación informativa en origen, sino para fortalecer los lazos sociales entre los miembros del grupo y garantizar la cohesión. Los datos actuales apuntan en esta misma dirección: se prima la conexión ininterrumpida, la interrelación constante y ubicua, incluso a costa del contenido, como lo pone de manifiesto el éxito de la red de *microblogging Twitter* (mensajes de solo 140 caracteres).

En este mismo sentido, un estudio reciente llevado a cabo en el *Senseable City Lab* del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) dentro del proyecto *Tweet Bursts*, ha puesto de manifiesto que cuantos más tuits se mandan durante grandes eventos con importante carga emocional, estos son más cortos (Criado, 2014). Así, estos podrían servir de indicador de la excitación colectiva que provoca un acontecimiento del tipo que sea.

El trabajo que se presenta a continuación explora un aspecto concreto de las formas que adopta la *sociabilidad virtual* que se relaciona con cómo se vive, por parte de los jóvenes, la situación de desconexión. Toda vez que aquí se sostiene que la hiperconexión es uno de los soportes esenciales de las formas de interacción y comunicación que caracterizan a lo que en otros trabajos hemos denominado *sociabilidad virtual* (Cáceres, Ruiz & Brändle, 2009), parecía interesante conocer las reacciones que experimentan los jóvenes ante la tecnología al estar 24 horas desconectados de todos los medios de comunicación.

Esta idea surge a partir de un estudio llevado a cabo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona en el que se da cuenta de las reacciones de 176 estudiantes que permanecieron 24 horas desconectados de los medios. El trabajo ofrece un análisis cualitativo de las reacciones por emoción, uso y contexto que tuvieron los sujetos a partir de la experiencia. Los resultados del estudio revelaron que los jóvenes experimentan aburrimiento, frustración y cansancio cuando no pueden usar los medios. Ante esta imposibilidad, los jóvenes muestran reacciones adversas que podrían calificarse casi como síntomas de abstinencia, a saber: desánimo, abatimiento, ansiedad

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

(Moeller, Powers & Roberts, 2012). Muchos jóvenes asocian el mundo físico con el trabajo, la concentración, el esfuerzo mental que genera cansancio y saturación; y sienten que se desconectan, curiosamente, cuando entran en la Red, es decir, cuando se relacionan con otros sujetos a través de la comunicación virtual.

En esta línea, hay trabajos desde el movimiento *Slow* (Rauch, 2011) que sugieren recurrir, cuando sea necesario, a la desconexión digital, es decir, a la abstinencia –puntual o periódica– de las tecnologías digitales a fin de alcanzar un mejor equilibrio en su uso, esto, ante la sobrecarga de información y para contrarrestar las consecuencias de la cultura de la gratificación instantánea, la actividad multitarea, la superficialidad o la sobreestimulación (Serrano-Puche, 2013a).

El trabajo que presentamos a continuación ofrece datos, desde el contexto español, en la línea de una investigación realizada con carácter global que incluye estudios de todos los continentes (Moeller, Powers & Roberts, 2012). El proyecto *The world unplugged*, iniciado por la Universidad de Maryland, incluye casi 1.000 estudiantes de 10 países y de cuatro continentes: Argentina, Chile, China, Líbano, México, Eslovaquia, Uganda, EE.UU. y Reino Unido.

Nuestras conclusiones se asemejan a las ya encontradas. Aunque se trataba de participantes con grandes diferencias culturales, lingüísticas, económicas, políticas y religiosas hubo interesantes coincidencias en todos ellos, como la incapacidad para vivir sin medios; distintos grados de adicción que llevó a algunos a captar la necesidad de controlar su consumo; reconocimiento de que, sobre todo, los teléfonos móviles se habían convertido en una extensión de sí mismos y parte integral de su identidad personal, incluso la percepción de que sus conexiones virtuales habían sustituido a las verdaderas y que no eran plenamente conscientes del tiempo que dedicaban a redes sociales (Moeller, Powers & Roberts, 2012).

2. Objetivos y metodología

Esta investigación presenta los resultados de una experiencia llevada a cabo con 190 estudiantes universitarios de grados relacionados con la comunicación. En concreto, se trabajó con estudiantes de Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas que cursaban primer y tercer año de grado en la Universidad Complutense de Madrid (España).

La experiencia consistió en pedir a los estudiantes, como trabajo de curso, que estuvieran 24 horas desconectados de los medios de comunicación y que después diligenciaran un cuestionario a fin de ver las reacciones que experimentaron y cómo afectaron a sus relaciones y comunicaciones interpersonales. Se trataba de que los estudiantes pudieran conocer, reflexionar y analizar sus propios hábitos

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

comunicativos para ser conscientes de las oportunidades, retos y riesgos que presentan y también tomar conciencia de su dependencia de los medios en la vida diaria.

El trabajo de curso pretendía fomentar un uso responsable de Internet y de los demás medios. Para hacer un uso responsable de ellos, primero se hace necesario tomar conciencia de los patrones de uso que rigen el comportamiento frente a dichos medios y afrontar de manera crítica esta relación (Oulasvirta et al., 2012). Esta reflexión y autoanálisis fomenta receptores activos que logren seleccionar conscientemente los contenidos que realmente quieren consumir, en función de sus gustos, necesidades y valores personales. Hay una labor pedagógica en esta experiencia a través del proceso reflexivo de respuesta que revelará su dependencia, o no, de los nuevos medios, haciendo especial hincapié en los nuevos dispositivos móviles (los *smartphones*).

Ahora se presentan algunos primeros datos a partir de un análisis cuantitativo que sirve de aproximación a un tema que ofrece lecturas diversas. En un segundo momento, se planteará el análisis cualitativo de estas impresiones a partir del discurso elaborado por los estudiantes respecto a la experiencia, lo que nos permitirá profundizar aún más en los resultados y conformar un análisis más completo.

En esta experiencia participaron 190 jóvenes, chicas y chicos, que respondieron por escrito a siete preguntas concretas. Las respuestas se han codificado y se ha elaborado una base de datos en SPSS que sirve para presentar los siguientes resultados.

El objetivo general de este trabajo ha sido proporcionar evidencia empírica, a partir de un trabajo concebido inicialmente para fines didácticos, a propósito de la necesidad ininterrumpida de conexión que experimentan los jóvenes como forma de estar en el mundo y vivir sus relaciones sociales y la comunicación interpersonal.

Los objetivos concretos que se han perseguido son los siguientes:

- Verificar si han podido o no desconectarse durante el período señalado y, en su defecto, durante cuánto tiempo.
- Conocer de qué medio/s ha sido más difícil prescindir.
- Saber cómo se ha vivido la experiencia de desconexión: en donde radica la dificultad para la desconexión, sentimientos experimentados *on-line* y *off-line* y cómo ha afectado a otras relaciones interpersonales.
- Obtener la valoración que hacen de la experiencia.
- Conocer cuáles son los aprendizajes extraídos de la experiencia.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

3. Resultados

3.1 Tiempo de desconexión

La mayor parte de los estudiantes no logró el objetivo que perseguía esta experiencia en el aula (estar 24 horas desconectado). Solo algo menos de dos de cada cinco jóvenes alcanzó esta meta.

¿Has conseguido estar 24 h desconectado?

Sí	37.9%
No	62.1%

Fuente: Elaboración propia

Si bien la mayoría de los jóvenes no pudo concluir la tarea del tiempo de desconexión fijado, hubo algo más del 14% de los estudiantes que consiguió estar desconectado entre 18 y 24 horas, intervalo nada desdeñable teniendo en cuenta el hábito generalizado asociado a algunos medios como el teléfono móvil o el ordenador. Este porcentaje, sumado al de aquellos que sí lo consiguieron, arroja una cifra bastante más alta de la alcanzada en las otras ocasiones en que se ha llevado a cabo la experiencia, superando por poco la mitad de los participantes.

Menos de la cuarta parte de la muestra permaneció entre 11 y 17 horas desconectado, y en menor proporción hubo jóvenes que solo permanecieron desconectados menos de 10 horas. Cabe reconocer el esfuerzo realizado en general y lo dificultoso de la tarea en un momento en el que las pantallas con información se hacen omnipresentes. Por ejemplo, hubo un 4.2% de los estudiantes que solo pudo estar entre una y tres horas desconectados, aun teniendo en cuenta que se trataba de un trabajo de curso y, por lo tanto, la obligatoriedad de su ejecución.

¿Cuántas horas conseguiste estar desconectado?

0-4 horas	4.2 %
5-10	17.9 %
11-17	22.6 %
18-24	52.1 %
NS/NC	3.2 %

Fuente: Elaboración propia

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

3.2 Medio más difícil de prescindir

El medio del que ha resultado más difícil prescindir ha sido mayoritariamente (en más de nueve de cada diez casos) el teléfono móvil o *smartphone*, como cabía esperar. Solo para un pequeño porcentaje (4.7%) la televisión ha sido el medio más difícil de renunciar y, en un porcentaje aún menor (2.6%), ha sido el ordenador personal (portátil o sobremesa). Estos datos pueden explicarse desde la circunstancia de que los estudiantes han desplazado mayoritariamente al teléfono móvil muchas de las funcionalidades que antes llevaban a cabo en su ordenador personal (acceder a redes sociales, a información, consultas diversas, ver material audiovisual, etc.).

¿Qué medio has echado más de menos durante la desconexión?

Smartphone	92.1 %
Televisión	4.7 %
Ordenador personal	2.6 %
NS/NC	0.5 %

Fuente: Elaboración propia

Estos datos son congruentes con las tendencias actuales en cuanto al uso de teléfonos móviles, sobre todo por el segmento de jóvenes. Según el estudio realizado por la Fundación Telefónica (2014), el 77% de los jóvenes no salen de casa sin el teléfono móvil y se calcula que un usuario medio consulta el *smartphone* 150 veces al día, normalmente en momentos que antes no resultaban aprovechados para tareas concretas (por ejemplo, tiempos de espera a un medio de transporte u otra actividad). Esto que parece indicar que hay un nuevo *tiempo encontrado* para gestionar actividades o relaciones con amigos y conocidos. Se trata de una actividad de gestión de la vida digital distinta, basada en *micromomentos* (Fundación Telefónica, 2014) más que en una actividad claramente acotada en el tiempo y que es propio de la sociedad de la información que modifica hábitos y la forma de comunicarnos. En este sentido, el teléfono móvil cambia la forma de gestionar nuestro tiempo. Según el informe antes citado, se accede a internet desde un teléfono móvil para aprovechar tiempos muertos (68%), para obtener respuestas rápidas (50%), e incluso es importante la imagen que se quiere transmitir (50%), por ejemplo, de persona moderna. Sin embargo, otros aspectos como el coste no son especialmente valorados por los usuarios.

El segundo medio del que ha sido difícil prescindir, según han declarado los jóvenes, ha sido el ordenador personal: casi uno de cada tres sujetos de la

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

muestra, seguido de cerca por la radio (sin duda por la oferta de música que resulta muy apreciada por los jóvenes) y la televisión.

Se observa un alto porcentaje de sujetos que no es capaz de identificar el segundo medio del que les ha resultado más difícil prescindir, sin duda porque su foco está puesto en el teléfono móvil que les ofrece todo tipo de prestaciones, desde comunicarse con otros hasta ver vídeos o contenidos multimedia.

¿Qué medio has echado más de menos, en segundo lugar, durante la desconexión?

Smartphone	5.3 %
Televisión	24.2 %
Ordenador personal	30.5 %
NS/NC	12.6 %
Radio	27.4 %

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Cómo se ha vivido la experiencia de la desconexión

Interesaba conocer cómo los jóvenes vivieron la experiencia de la desconexión, para lo cual fueron invitados a expresar cuál había sido la principal dificultad, en su opinión, para conseguir estar 24 horas sin medios.

Cabe destacar que solo para algo más del 12% de los jóvenes la experiencia no resultó especialmente difícil (según sus declaraciones), al margen de que lo consiguieran o no. Para el resto de la muestra, por distintos motivos como luego se verá, sí fue una tarea complicada de llevar a cabo.

En más de dos de cada cinco casos, los estudiantes atribuyeron esta dificultad al hecho de estar habituados a la omnipresencia de los medios en sus vidas y a que el acceso constante a ellos forma parte de sus costumbres cotidianas. Para menos de la tercera parte de la muestra es la necesidad de contacto y mantenimiento de las relaciones sociales lo que resulta afectado por no poder utilizar ningún medio. Cabe señalar que solo uno de cada diez jóvenes señaló la necesidad de información y saber lo que está sucediendo como el principal motivo para no poder desconectarse. En menor proporción se apuntó un conjunto de motivaciones que tienen que ver con la presión del entorno. Es decir, para un 8.4% de los jóvenes el hecho de que sus familiares, amigos y conocidos sí estén implicados en la conexión permanente, les empuja a adoptar esa misma actitud. En muy poco

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

tiempo se ha creado una rutina comunicativa básica en millones de jóvenes y no tan jóvenes, que han naturalizado el acceso a Internet como elemento básico en su día a día. Dicho en otros términos, como es bien sabido, es difícil escapar de la tendencia dominante y quedar al margen de lo que son las prácticas usuales en un determinado contexto.

¿Cuál ha sido la mayor dificultad para desconectar?

No ha sido especialmente difícil	12.6 %
Por hábito o costumbre de uso de los medios	41.1 %
Presión del contexto (familia, amigos, trabajo)	8.4%
Necesidad de contacto y de relaciones (redes sociales, llamar)	27.9%
Necesidad de acceso a la información (saber lo que sucede)	10. %

Fuente: Elaboración propia.

Además de las dificultades para estar desconectado, interesaba conocer los sentimientos experimentados durante el período de desconexión, así como aquellos otros al volver a conectarse.

Una tercera parte de la muestra expresó que experimentaron principalmente sentimientos de aislamiento e incomunicación, y otra tercera parte aproximadamente, frustración, impotencia, nerviosismo e incluso sensación de estar incompleto por no poder conectarse. Estos datos parecen indicar que actualmente, al menos para los jóvenes, las relaciones pasan, en gran medida, por la mediación tecnológica y, en la sociedad hiperconectada, su ausencia provoca frustración. Pero no solo la comunicación pasa actualmente por la Red, parece que el ocio también. Un 13.7% de los jóvenes de la muestra experimentaron principalmente aburrimiento durante el período de desconexión, poniendo de manifiesto una función lúdica que los mecanismos de comunicación poseen intrínsecamente (Morales, 2012).

Para uno de cada diez jóvenes, la desconexión supuso tranquilidad y alivio por no estar sujeto al imperativo de la hiperconexión. Una proporción similar de la muestra expresó sentimientos ambivalentes: por una parte, lo vivieron como un período de paz y tranquilidad por no tener que estar continuamente respondiendo a los requerimientos ajenos y, por otra, ansiedad, opresión e incapacidad para manejar su propia vida.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

¿Cuál fue tu principal sensación al estar desconectado?

Frustración	31.6 %
Alivio	9.5 %
Aburrimiento	13.7 %
Aislamiento	33.7 %
Sentimientos ambivalentes	10.5 %

Fuente: Elaboración propia.

Correlativamente con la pregunta anterior, los jóvenes fueron cuestionados a propósito de los sentimientos vividos al volver a experimentar la situación de conexión. Más de dos de cada cinco sujetos de la muestra afirmaron que la principal sensación fue de alivio, alegría y tranquilidad. El 28.4% dijo que lo vivieron como una vuelta a la normalidad, al ser natural de las cosas y a sentirse de nuevo parte del mundo. El 17.4% de los jóvenes de la muestra se sintió bien porque pudo apreciar que había aprendido cosas, que había sido capaz de estar unas cuantas horas sin medios y más libre o liberado, en el sentido de haber ganado independencia respecto a ellos. Un pequeño porcentaje no fue capaz de expresar algún sentimiento especial, y un porcentaje aún menor se mostró ambivalente ante la experiencia.

¿Cuál fue tu principal sensación al volver a estar conectado?

Contento, alivio	44.7 %
Vuelta a la normalidad	28.4 %
Bien	17.4 %
Nada especial, como antes	5.3 %
Sentimientos ambivalentes	3.2 %
NS/NC	1.1 %

Fuente: Elaboración propia.

Preguntados por cómo el período de desconexión había afectado su relación con otras personas, más de un tercio de la muestra expresó que sus relaciones cara a cara habían mejorado porque habían pasado más tiempo con familiares y amigos. Esto corrobora la sensación muchas veces sentida de que estar demasiado pendiente del móvil deja de lado oportunidades de relaciones más tradicionales. Las personas nos seguimos relacionando, incluso más que antes en algunos casos, pero de forma diferente. Alrededor de un cuarto de la muestra manifestó que el período de desconexión no les había afectado sustancialmente y una proporción similar que sus relaciones se habían visto disminuidas al no poder establecer relación con ellos. Esta última categoría muestra la necesidad que supone hoy en día la conexión por Internet con nuestro núcleo social más cercano.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Las distancias son cada vez más cortas, estamos a unos *clicks* de poder hablar casi con cualquier amigo, familiar, pareja... Se vive indudablemente en un mundo cada vez más conectado, pero mediante dispositivos.

Un 14.2% de los jóvenes suplieron la falta de conexión con la realización de otras actividades de carácter individual, como hacer deporte o leer. Cabe destacar que para una parte muy pequeña de los jóvenes, la desconexión les permitió disfrutar de mayor concentración en sus quehaceres. Por ejemplo, en muchos de estos casos los jóvenes comentan que empezaron un libro y se engancharon a su lectura, expresando que hacía mucho tiempo que no realizaban una tarea similar al estar ocupados en otras cosas (cabe suponer el móvil y sus numerosas prestaciones). También apuntan que decidieron salir a correr, a caminar por el monte o realizar otras actividades deportivas como forma de pasar el tiempo, al no poder entretenerse del mismo modo que lo hacen habitualmente.

¿Cómo ha afectado estar desconectado a tus relaciones sociales?

Realizando más actividades individuales (leer, deporte)	14.2 %
No ha afectado sustancialmente	25.3 %
Mejora de las relaciones con amigos y familiares	34.2 %
Más concentración	1.1 %
Disminución de ocasiones de relación	24.7 %
NS/NC	0.5 %

Fuente: Elaboración propia

4. Valoración de la experiencia

En general, los sujetos que participaron en esta experiencia la valoraron positivamente, aunque las reticencias iniciales no lo auguraban. Para siete de cada diez jóvenes la valoración que hacen de la experiencia de desconexión es positiva, novedosa y todo un reto que les ha aportado, sobre todo, toma de conciencia, como se verá luego en los aprendizajes extraídos. Casi la cuarta parte de los jóvenes la perciben de forma ambivalente: interesante toda vez que han aprendido cosas pero les resultó dura y preferirían no repetirla.

Estos datos resultan coherentes con las cifras anteriormente expuestas; recuérdese que antes se apuntaba que la media de consultas que se realiza actualmente al teléfono móvil ronda las 150 al día (Fundación Telefónica, 2014), lo

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

que supone un uso intensivo de este dispositivo entre la población española. Un 5.3% de los estudiantes confesaron que lo pasaron mal y que fue costoso y difícil.

No es fácil pedirle al sector que más usa el *smartphone* y las nuevas tecnologías de la comunicación e información que no lo haga durante veinticuatro horas. Fueron varias las voces que se mostraron críticas en el momento de exponer la experiencia, pero también fueron varias las que una vez finalizada la valoraron como algo necesario para todos, en especial para su núcleo de edad que casi no concibe el mundo sin estas nuevas herramientas.

¿Cómo valorarías la experiencia de desconexión?

Positiva	70.5 %
Difícil	5.3 %
Ambivalente	23.7 %
NS/NC	0.5 %

Fuente: Elaboración propia

5. Aprendizajes extraídos

Casi la mitad de los jóvenes afirmaron que la experiencia les había servido para tomar conciencia de su dependencia de los medios y conocer su grado de *adicción* a la tecnología. Este es uno de los objetivos que perseguíamos: la autoconcienciación del uso de las nuevas tecnologías por los jóvenes. Bastantes participantes reconocieron a sus padres que tenían razón cuando les recriminaban su adicción al teléfono móvil, y se dieron cuenta de ello, valorándolo muy positivamente.

A casi la cuarta parte de la muestra de estudiantes le sirvió para conocerse mejor a sí mismos, lo que supone una categoría más amplia que la anterior, pero indudablemente relacionada. A casi el 19% este trabajo le sirvió para tomar conciencia del valor de los medios en la sociedad y en sus vidas. El 13.2% de los participantes alegó que lograron tomar conciencia de la importancia que tienen otros aspectos de su vida cotidiana, por ejemplo la música o las propias relaciones humanas.

En resumen, la experiencia sirvió para que gran parte de los participantes pudiesen conocerse mejor a sí mismos y tomar conciencia de la importancia de los medios en nuestra sociedad. Lo que, sin duda, no es una cuestión menor.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

¿Qué aprendizajes has obtenido de la experiencia?

Tomar conciencia de aspectos cotidianos	13.2 %
Tomar conciencia del valor de los medios	18.9 %
Tomar conciencia de la dependencia de los medios	44.2 %
Conocerse a uno mismo	23.2 %
NS/NC	0.5 %

Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones y discusión

La mayor parte de los jóvenes estudiados no consiguió terminar el experimento de estar 24 horas desconectado de los medios, toda vez que lo vivieron como una tarea difícil. Prescindir sobre todo del teléfono móvil conectado a Internet, que es utilizado como dispositivo multifunción, les produjo malestar, además de otros sentimientos asociados a la situación de desconexión (aislamiento, ausencia de relaciones sociales, etc.). Las razones para esta dificultad hay que buscarlas en distintos aspectos. Por una parte, los nativos digitales han naturalizado la tecnología cuyo uso, en este momento, forma parte de conductas habitualizadas y, precisamente por tratarse de prácticas muy interiorizadas, resultan difíciles de abandonar. La tecnología asociada al uso de la Red les sirve para entrar en relación con otros y mantener la conexión ininterrumpida (Cisco Connected, 2013). Por otra parte, un entorno muy tecnológico hace difícil quedar al margen de él y en algunas ocasiones, según se expresó, fue vivido como una forma de presión que aparece en su propio discurso cuando el joven es invitado a que reflexione sobre esta cuestión.

La necesidad de contacto aparece en este estudio con más fuerza que la necesidad de información. Esto confirma la hipótesis planteada al comienzo de estas páginas. El hecho de que los jóvenes mencionen como principal dificultad para desconectarse el hábito y costumbre, y no la necesidad de satisfacer demandas concretas de información (sobre todo cuando se trata de estudiantes relacionados con la comunicación social), hace pensar en el cambio profundo en el comportamiento de los usuarios que suponen los nuevos medios (y el acceso en movilidad y ubicuidad) y su vinculación con la forma de entrar en comunicación con otras personas.

El estudio pone de manifiesto que cuando se plantea el tema del uso de los medios (quizá habría que decir nuevos medios, toda vez que, como se ha visto, en el caso de los jóvenes este uso pasa principalmente por un teléfono móvil conectado a Internet), o mejor dicho, la imposibilidad de usarlos, aparecen

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

recurrentemente aspectos relacionados con la necesidad de conexión permanente. Su ausencia se vivió como aislamiento e incomunicación y produce impotencia, nerviosismo y frustración; y solo cuando vuelven a la situación inicial se encuentran de nuevo *en el mundo*. Estos datos coinciden con los que arrojan otros estudios anteriores (Moeller, Powers & Roberts, 2012). La Red se ha convertido en un espacio de socialización en el que la comunicación y las relaciones están mediadas por la tecnología. La Red sirve para establecerlas y mantenerlas, y la imposibilidad de acceso genera vacío. El ocio o el tiempo de esparcimiento tampoco parecen escapar a la omnipresencia de la tecnología. Cabe preguntarse por otro tipo de intereses espurios que pueden estar detrás de esta necesidad imperiosa de conexión auspiciada y fomentada por la oferta ininterrumpida de nuevos servicios, aplicaciones, juegos, etc.

Los jóvenes reconocen la ambivalencia de los sentimientos experimentados ante la conexión y la desconexión. No pueden privarse de la tecnología pero también quedan atrapados en ella. Estos resultados se corresponden con los apuntados en otros trabajos que señalan que los jóvenes están muy interesados en relacionarse y comunicarse con los demás, hasta el punto de sufrir el *síndrome FOMO (Fear Of Missing Out)*. Es decir, no pueden pasar sin conectarse y mandar mensajes, sobre todo con del grupo de iguales, por miedo a volverse invisibles y quedar fuera del mundo (Serrano-Puche, 2013b). La manera de hacerse visibles y de existir es estar en la Red, que garantiza la inclusión en el mundo.

La hiperconexión a través de redes sociales, teléfonos móviles, etc., resulta siempre gratificante: ayuda a combatir el miedo a estar solo, proporciona integración social y ofrece un mundo *on-line* más fácil de manejar que el presencial. En aquel, el sujeto se siente siempre aceptado, además es fácil entrar y es fácil salir. Resulta tentador un ámbito de relación que permite acercarnos a los otros y sentir su afecto, pero sin la obligación de una implicación intensa y duradera. La Red permite, con gran facilidad, entrar en contacto con otras personas produciendo la satisfacción de la respuesta inmediata y el reconocimiento personal implícito y amplificado por la popularidad. Ese *feedback* es un estímulo muy positivo (no existe la opción *no me gusta*) porque en las redes sociales solo se proyecta lo positivo (viajes, vacaciones, diversión, fiestas con amigos, etc.), no la verdadera realidad social de las personas porque no se cuentan los infortunios. Recientemente se ha estrenado en los cines de muchos países la película *Her*, una actualísima historia en la que un escritor, sensible y solitario, se enamora de un sistema operativo basado en el modelo de inteligencia artificial y diseñado para satisfacer las necesidades del usuario. Para sorpresa del protagonista, enseguida se crea una relación romántica entre él y una voz femenina sensual, divertida, compasiva, que sabe escuchar y da buenos consejos. El director norteamericano Spike Jonze habla en su última película del deseo de conectarnos en un mundo hiperconectado, pero con poca interacción física, y

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

plantea qué ocurre cuando una persona se enamora de otra que en realidad nunca ha existido.

Se detecta, en algunos jóvenes, la incapacidad de introspección, de reflexión a propósito de cómo les ha afectado y, sobre todo, de identificar cómo se sienten al estar de nuevo en contacto con los medios. Se sigue valorando la interacción cara a cara pero, por otra parte, la comunicación en el momento actual pasa por la mediación de la tecnología. Reconocen que, durante el período de desconexión, sus relaciones presenciales mejoraron porque pasaron más tiempo con sus familiares y amigos, que han concebido y disfrutado de otras tareas (incluso con mayor concentración), pero el *ser natural de las cosas* pasa por la tecnología. Así se manifiesta en la valoración que hacen de la experiencia de desconexión que, en general, es positiva, aunque con sombras. Resultó novedosa, interesante y todo un reto, pero costosa de llevar a cabo; y los aprendizajes extraídos nada desdeñables: tomar conciencia de sí mismos y de lo que les rodea. Conocerse mejor, conocer sus hábitos y sus dependencias, ser conscientes de las cosas que tienen importancia en sus vidas y la relevancia de los medios en la sociedad, son cuestiones que deben guiar una práctica profesional consciente (no se olvide que son estudiantes de Grados de comunicación) y una vida personal con autonomía.

Los procesos de comunicación, bajo todas sus formas, resultan cruciales en las formas que adopta actualmente la sociabilidad virtual, o mejor habría que decir que es la posibilidad de la comunicación la que resulta central, y esta queda garantizada con la conectividad. En resumen, aún con las limitaciones de este estudio circunscrito a un corpus de jóvenes localizado en una única universidad, en una sola ciudad y en un momento concreto dentro de un contexto tecnológico muy dinámico, se puede afirmar que la comunicación interpersonal se ha convertido principalmente en comunicación mediada (y esto supone un cambio notable). La tecnología y la conectividad no son solo un hábito, sino la forma de estar en el mundo de los nativos digitales, y el lugar desde el que construyen y manejan sus relaciones personales y su vida social. Resultará interesante profundizar en la amalgama de sensaciones expresadas a fin de explicar con mayor profundidad la relación de los jóvenes con respecto a la tecnología. Queda también por conocer cómo afectará a estas generaciones socializarse desde un vínculo telemático y no humano.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

7. Referencias

1. Arroyo, M. & Sádaba, I. (2012). *Metodología de la investigación social*. Madrid: Síntesis.
2. Cáceres, M., Ruiz, J. & Brändle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *CIC Cuadernos e Información y Comunicación*, 14, pp. 213-231.
3. Cáceres, M., Brändle, G. & Ruiz, J. (2013). Comunicación interpersonal en la web 2.0. Las relaciones de los jóvenes con desconocidos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, pp. 436-456.
4. Cisco Connected. (2013). *Gen Y: new dawn for work, play, identity*. Informe de investigación. Recuperado de <http://goo.gl/8LH0pu>, 01/04/2014.
5. Criado, M. (2014). Los mensajes en redes sociales son más cortos durante los eventos más emocionantes. *The Huffington Post, Edición española*. Publicado el 27 febrero 2014. Recuperado de <http://goo.gl/B2u8eA>, 01/04/2014.
6. Dunbar, R. (1996). *Grooming, gossip and the evolution of language*. Londres: Faber and Faber.
7. Fundación Telefónica. (2014). *La sociedad de la información en España 2013*. Madrid. Recuperado de <http://goo.gl/nJjUNF>, 01/04/2014.
8. Gärdenfords, P. (2006). *Cómo el homo se convirtió en sapiens*. Madrid: Espasa Calpe.
9. Moeller, S., Powers, E. & Roberts, J. (2012). «El mundo desconectado» y «24 horas sin medios»: alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes. *Comunicar*, 20(39), pp. 45-52.
10. Morales, E. (2012). El smartphone como motor de una nueva incertidumbre social: la importancia de las redes sociales en la comunicación móvil de los jóvenes españoles en la sociedad de la inmediatez. *Prisma Social*, 8, pp. 87-105.
11. Orchard, L. et al. (2014). Individual differences as predictors of social networking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, pp. 388-402.
12. Oulasvirta, A. et al. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous Computing*, 16(1), pp. 105-114.
13. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5).
14. Rauch, J. (2011). The Origin of Slow Media: Early Diffusion of a Cultural Innovation through Popular and Press Discourse, 2002-2010. *Transformations Journal*, 20.
15. Serrano-Puche, Javier (2013a). Una propuesta de dieta digital: repensando el consume mediático en la era de la hiperconectividad. *Fonseca: Journal of Communication*, 7, pp. 156-175.
16. Serrano-Puche, J. (2013b). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y Comunicación Social*, 18, pp. 353-364.
17. The Cocktail Analysis, 2013. Recuperado de <http://tcanalysis.com>, 01/04/2014.