

Universidad Miguel Hernández
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Elche
Titulación en Periodismo

Trabajo de Fin de Grado
Curso Académico: 2015-2016



**Análisis comparativo de la influencia de las nuevas tecnologías en los
universitarios de hoy y los años 80**

**Comparative analysis of the new technologies influence in university
students today and the ones on the 80s**

Autor: Andrea Segura Soler

Tutor: Alicia de Lara González

ÍNDICE

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE.....	1
MARCO TEÓRICO.....	2
OBJETIVOS E HIPÓTESIS INICIALES DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
METODOLOGÍA.....	13
RESULTADOS.....	14
CONCLUSIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA.....	35

Título: Análisis comparativo de la influencia de las nuevas tecnologías en los universitarios de hoy en día y los años 80

Autor: Andrea Segura Soler

RESUMEN

La aparición de las nuevas tecnologías ha provocado una brecha entre la generación de universitarios de hoy en día con aquellos que los fueron en los años 80. Esta diferencia está presente tanto en los conocimientos que poseen ambas fracciones de la sociedad como en la forma en la que obtienen la información. Estas nuevas herramientas han creado un gran impacto en la información dando otro sentido a los medios de comunicación.

Palabras clave: Nuevas tecnologías, universitarios, brecha digital, TIC, información

Keywords: new technologies, university students, digital divide, ICT, information.

ABSTRACT

A gap between the current university students generation and the ones who were undergraduates in the 80s has been caused by the appearance of new technologies. This difference is tangible both in the skills acquired by these two sections of society as well as in the way they obtain the information. These new tools have created a huge impact on the information, giving the media another sense.

MARCO TEÓRICO

La Real Academia Española define cultura con los siguientes términos: 1.conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico, 2.conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc, y 3. Culto religioso. Podríamos entender con estas definiciones que la cultura marca el modo de vida y desarrollo de los ciudadanos de una sociedad en una época en concreto. En comparar esas diferencias basándonos en la evolución de la sociedad con los años y avances tecnológicos se basa este estudio, que será enfocado principalmente a la manera en la que se percibe y comprende la información.

Se parte de la concepción de que el nivel de cultura de las generaciones anteriores de los universitarios es mayor a la actual. Cómo todos los sucesos que llevan a cabo una desinformación es preciso analizar el entorno que produce esta carencia, también la forma en la que los medios de comunicación son afectados por el mismo y las herramientas principales que llevan a ella o la causan. El estudio está centrado en uno de los grupos de la sociedad que más han necesitado y necesita información, los universitarios, tanto los de hoy en día como los de la generación de los ochenta para poder comparar así la transformación que nos ha generado vivir en la era de las tecnologías y la comunicación global.

Además se ha realizado, tras analizar diferentes estudios sobre la presencia de las nuevas tecnologías en el ámbito de la información, que avisaban sobre las consecuencias posibles pero que no se han actualizado en los últimos años. Todos ellos coincidentes en la gran herramienta que puede ser la red si se usa bien y la peligrosidad de la misma si no se hace como es debido.

“La escritura estabilizó, despersonalizó y objetivizó el conocimiento (Bosco, 1995, p.31)”. La palabra en sí ya tiene el suficiente poder como para cambiar nuestro mundo y estas palabras han comenzado a viajar a una velocidad mayor de la que la sociedad estaba acostumbrada y enseñada a asimilar. Lo primero que hay que observar con detenimiento es el concepto de desinformación. José Manuel Rivas sostuvo que “se

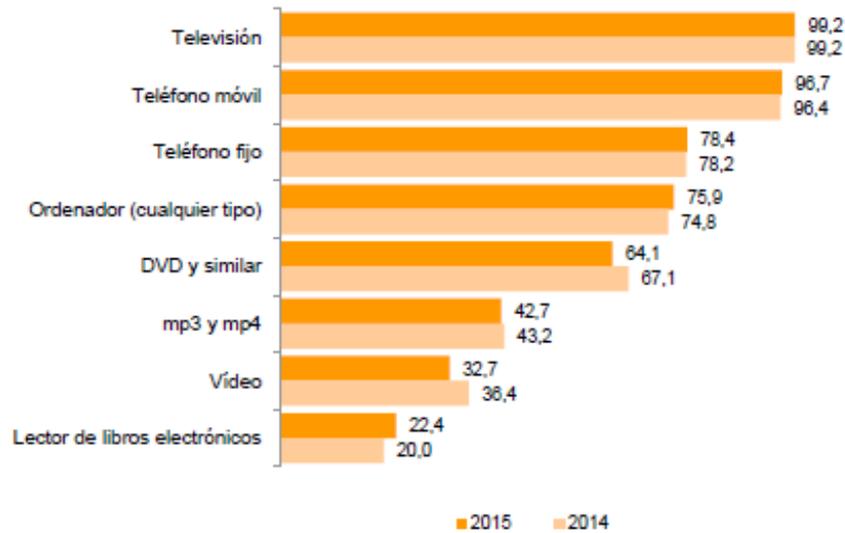
entiende por desinformación toda situación en la que al receptor no se le permite el ejercicio pleno del derecho a la información. Esta amplísima acepción implica que lo importante es el resultado, y éste es que la información o es parcial o no es rigurosa o, sencillamente, no se da tal información” (Jose Manuel Rivas, 1995, p.78). De eso se trata, de que a pesar de que la información esté presentada como tal, en muchas ocasiones en esta era de la comunicación, es muy fácil disfrazar el contenido de información aunque no lo sea. “Es la llamada sociedad del conocimiento porque puede distribuirlo por medios de numerosos canales y de forma inmediata a todo el mundo. Porque puede escapar a la acción de los gobiernos. Porque crea la necesidad de una formación y aprendizaje continuos. Porque potencia la inteligencia humana gracias a ese contenido de información que la tecnología ha permitido proporcionar masivamente. Todas estas realidades están cambiando rápidamente las sociedades del planeta”. (María Jesús Casals, 2006, p. 60). Para evitar este suceso es muy relevante el papel de los profesionales de la información que deberán velar por la veracidad de la misma y defender su esencia.

Es cierto que las nuevas tecnologías han cambiado la forma en la que entender el mundo y por supuesto la forma en la que accedemos a la información, pero también han traído consigo una cierta comodidad en cuanto a buscar exclusivamente los temas de interés propio y olvidar todo lo que no nos interesa, en cierto modo, porque no nos esforzamos en conocerlo. Quizás la rapidez en las nuevas tecnologías se han apoderado de nuestras conductas y nos ha impedido entender la forma de utilizar estos grandes avances, en nuestro beneficio y no en nuestra contra.

El mundo periodístico se ve obligado a no bajar los brazos ante tanta información irreal o parcial y a luchar porque las nuevas generaciones aprendan a informarse de la mejor forma posible. “De lo que se trata es de ser protagonistas, no espectadores, de la revolución tecnológica a la que estamos asistiendo, para poder convertir en realidades las promesas de la era digital”. (Koldo Meso, 2003 p. 5)

Figura 1

Equipamiento de las viviendas en algunos productos de tecnologías de información y comunicación
Años 2014 y 2015. (% de hogares)



Autor: INE

Esta gráfica del Instituto Nacional de Estadística (INE) se puede analizar desde varios frentes. El primero de ellos es la gran cantidad de hogares que disponen de las nuevas tecnologías, desde las más “antiguas” como la televisión hasta las más nuevas como teléfonos móviles o libros electrónicos. Casi un 100% de los hogares en la actualidad dispone de una televisión, concretamente 99,2%, y las cifras de los teléfonos móviles también están rozando este tipo de porcentajes con un 96,7%. La necesidad inminente de enseñar a las nuevas generaciones a utilizar de una forma adecuada y responsable estas herramientas se muestra también en la siguiente gráfica del INE realizada por el mismo estudio en Octubre del 2015:

Figura 2

Porcentaje de menores usuarios de TIC por sexo y edad
Año 2015

	Uso de ordenador	Uso de Internet	Disposición de móvil
Total	95,1	93,6	67,0
Sexo			
Hombres	95,3	93,0	64,4
Mujeres	94,9	94,2	69,8
Edad			
10	90,8	88,0	29,7
11	93,9	94,5	42,2
12	96,6	92,0	69,5
13	96,1	96,2	78,4
14	96,5	95,8	90,4
15	96,3	94,8	90,9

Autor: INE

Los más jóvenes son consumidores feraces de estas nuevas tecnologías, incluso desde los 10 años en los que el 88% dispone de acceso a Internet y el 90% a un ordenador. Y aunque la utilización del dispositivo móvil es menor en esas edades, solo hay que irse 4 años más, hasta los 14, para encontrar una tasa superior al 90% en utilización de teléfono móvil. Un hecho que pone de manifiesto la presencia de las nuevas herramientas en la vida de los más pequeños y la necesidad de enseñarles a cómo utilizarlas de una forma responsable para sus vidas.

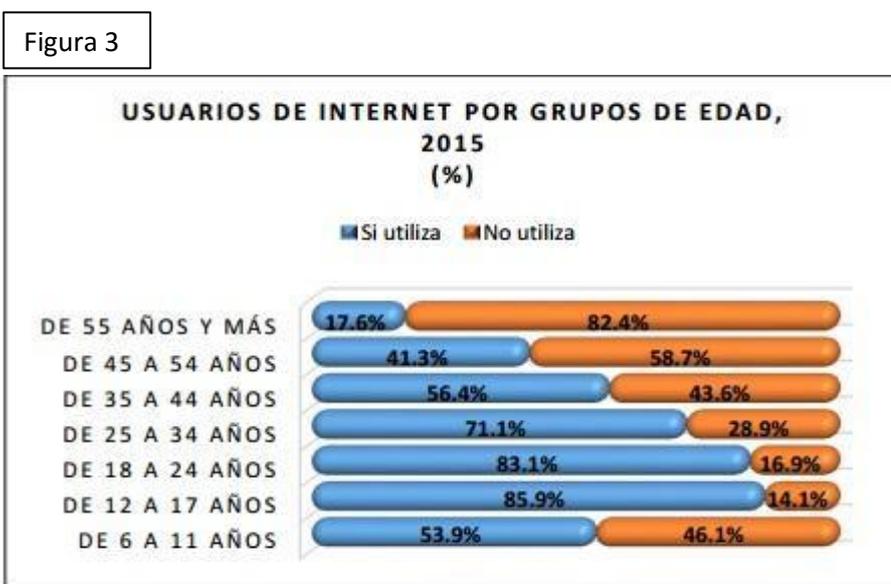
Sobre esta misma cuestión hablan estudios como “El impacto de la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el sistema educativo (Rubén Kaztman, 2010)” o “Las TIC y la crisis de la educación (Jaime Yanes)” que coinciden en la necesidad de avanzar en las formas de educación en lo referido a las nuevas tecnologías, más concretamente aquellas aplicadas a la información, que suponen un gran número de ellas. “Es innegable que el desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación ha supuesto un impacto de profundas dimensiones para la docencia, la cual se ha visto en la necesidad de realizar una transformación en los modelos educacionales que se han venido utilizando hasta el presente, ya que la evolución de éstas va a pasos agigantados” (Glays Hernández, Cecilia García y María del Carmen Navarrete, 2015, p.4)

Sin duda, alguna estamos ante la transformación de los conceptos información y conocimiento. Esta era de la información que está definida principalmente por el concepto de globalización, explicado por la RAE como: “proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos”. Este efecto ha provocado que los habitantes de los continentes estén más cerca unos de otros gracias a los avances tecnológicos en gran medida, pero todavía hay desigualdades notables entre los “diferentes mundos”. “Ciertamente, habrá ordenadores y redes por todo el mundo, pero la desigualdad se dará de dos maneras. En primer lugar, impondrá un solo modelo cultural: millones de hombre y mujeres se verán obligados a abandonar las otras prácticas de trabajo, de servicios y de relaciones para modernizarse y convertirse al uso de estas tecnologías concebidas según otros modelos culturales. De otro lado, toda la innovación y la ingeniería se construirán en otro país. Estos estados tendrán la posibilidad de equiparse y de utilizar redes, pero el conjunto de la economía cognitiva,

intelectual y técnica quedará en otras manos. La globalización del acceso a las redes no significa ni mucho menos un reparto mundial más equitativo de las riquezas técnicas o humana” (Dominique Wolton, 2000, pág.14).

Los millones de datos, noticias, y todo tipo cuestiones que circulan por la red a diario, incluso, cada segundo, ya no están en el poder de alguien que posee esos conocimientos gracias al estudio sino de quienes son capaces de acceder ella. Esa es una de las razones de la brecha digital. “Este se entiende como la distancia en el acceso, uso y apropiación las nuevas tecnologías en todos los ámbitos, tanto geográfico, socioeconómico, generacional o de género sobre todo relacionado con el capital cultural” (Julio Cabrero, 2004, p.3). “Estas formas de comunicarse pueden considerar extrañas para las generaciones adultas, pero son normales para las nuevas generaciones” (Andrés Barrios, 2008, p.271), esta cita define a la perfección la razón principal de esta diferenciación por generaciones, la costumbre de tenerlas presentes en el día a día y de haber crecido con ellas y su evolución constante. También se podría hablar de una diferenciación por nivel económico, ya que obviamente unas personas sin recursos no se verá con capacidad para obtener un dispositivo electrónico y muchos menos adquirir acceso a Internet, como es el caso de aquellos que viven en países subdesarrollados o con un nivel adquisitivo por debajo de la media.

Tras finalizar el año 2015, los datos sobre el consumo de Internet revelan la presencia de esta brecha digital, mostrada en la gráfica siguiente:



Autor: INEGI

Según estos datos del Institucional Nacional de Estadística y Geografía (2015), son los usuarios de 18-24 años los que más consumo hacen de la red, precisamente la edad más habitual en los universitarios de la actualidad, una red que implica directamente millones de bytes de información cada día, incluso cada segundo. Además revela también el otro grupo de interés de este estudio, los universitarios de la década de los ochenta (entre 40-60 años), utilizan entre un 41,3% y un 56,4% Internet, unas cifras muy por debajo del 83.1% de los universitarios actuales. Hay que añadir también los datos que ofrece INEGI respecto a la cantidad de personas que acceden a la red dependiendo de su estudio:

Figura 4



Autor: INEGI

Son los que tienen educación superior aquellos quienes acaparan el uso de esta herramienta digital con un 95,5% de utilización, superando a los que cuentan con educación media (83%) a educación básica (46,1%). Es por ello también que queda aún más justificado que se centre este estudio en la población que cumpla con esas características porque serán los más afectados por las nuevas tecnologías y por lo tanto, por la información que se mueve a través de ellas.

Se puede decir que “el mundo está llegando a alcanzar el concepto de aldea global expuesto por McLuhan en los años sesenta” (Andrés Barrios, 2008, p.273). Como bien afirmaba el filósofo canadiense, hoy en día el mundo es una pequeña aldea en el que todo el mundo puede saber lo que pasa en todos los lugares de la tierra con el único esfuerzo de enchufar la televisión o, en el caso de las nuevas generaciones de estudiantes, hacer “click” en el Smartphone en aquello que pueda suscitar interés. Ahí

reside la clave del problema que pueden causar estos nuevos métodos de información, que los antiguos están abocados innegablemente a la desaparición y con ellos muchas cosas más que han formado parte de la sociedad hasta la fecha. Y es que cuando se utiliza una herramienta que tiene una fuerza tan grande es necesario medir las consecuencias, Paul Virilio afirmó que “Lo que se ganará de la información y la comunicación electrónica necesariamente provocará una pérdida en alguna otra cosa. Si no somos conscientes de esa pérdida y no la tenemos en cuenta, lo que ganemos carecerá de valor” (Paul Virilio, 1994, pág.2).

La sociedad se ha acomodado a obtener única y exclusivamente lo que le interesa sin intentar abrir los ojos hacia todo lo demás. Se ha llegado a un punto en que los medios de comunicación ya no son los principales conductores de esta información, debido a que en los últimos años los medios de masas han creado desconfianza en la población al contar, única y exclusivamente aquello que ellos consideraban conveniente, perdiendo así gran cantidad de audiencia y dándosela a otras herramientas más cómodas, rápidas y personalizadas como son las nuevas tecnologías. Sin olvidar por supuesto el papel que llevan las redes sociales sobre la información. Andrés Barrios (2008, p.271) sostiene que “los contenidos de los medios (y los medios mismos) están involucrados en un sistema de mediaciones sociales, culturales, tecnológicas, ideológicas e incluso subjetivas individuales (psicológicas y fisiológicas), que hacen que el acto de recepción sea diferenciado de un sujeto a otro y un grupo sociocultural a otro”. Por lo que podemos entender que los medios de comunicación no pueden pretender seguir con el mismo camino tomado en las últimas décadas porque hay un grupo de la sociedad que ha tomado las riendas de la información y que no está preparado para ello.

Como todas las profesiones de la actualidad, el periodismo debe adaptarse con rapidez a estas incorporaciones. De hecho, los profesionales de la comunicación tienen una responsabilidad añadida respecto a otros, son los encargados de luchar por la verdad de la información y hacer todo lo posible para que llegue por un buen canal, con el menor ruido posible a la sociedad. “Las redes sociales, como plataformas de distribución de contenidos que son, generan su actividad y buena parte de su flujo de contenidos en base a la economía de la colaboración y contraprestación gratuita de los usuarios, sin apenas filtrado ni selección. Los medios tradicionales, por su parte, seleccionan, evalúan y construyen la pauta informativa en base a los criterios jerarquizados de la organización informativa profesional”, (Francisco Campos, 2008, p.29), está es la

principal ventaja que aún tienen los medios tradicionales, que cuentan con el valor de aquellos que buscan una información contrastada, evaluada y a fin de cuentas ponen filtros suficientes para que no todo sea válido. Todo lo contrario a lo que nos podemos encontrar hoy en día en Internet, una nube en la que cualquiera puede colgar contenidos sin vigilancia.

Hay ciertos objetivos claros que hay que cumplir para equilibrar las incorporaciones que se nos presentan, sin lugar a duda, el primero es ser conscientes de las ventajas pero también de las desventajas que estas innovaciones traen consigo. “La utopía informativa de la sociedad de la información es que toda la información esté al alcance de cualquiera, en cualquier momento y en cualquier lugar. Acceder, pues, no será el problema. Aunque habrá que pagar precios de mercado por ella. Puede que el verdadero problema de la sociedad de la información sea la saturación y el ruido en todos los canales” (Jordi Adell, 1997:18), esta afirmación de hace prácticamente dos décadas ya señalaba el futuro en el que hoy nos vemos inmersos. Nos encontramos con una información llena de ruido adicional debido a la cantidad de lo que en periodismo se llama “fuentes sin contrastar”. Las nuevas generaciones buscan la inmediatez y por lo general, esa característica no viene de la mano de una comprobación de los hechos.

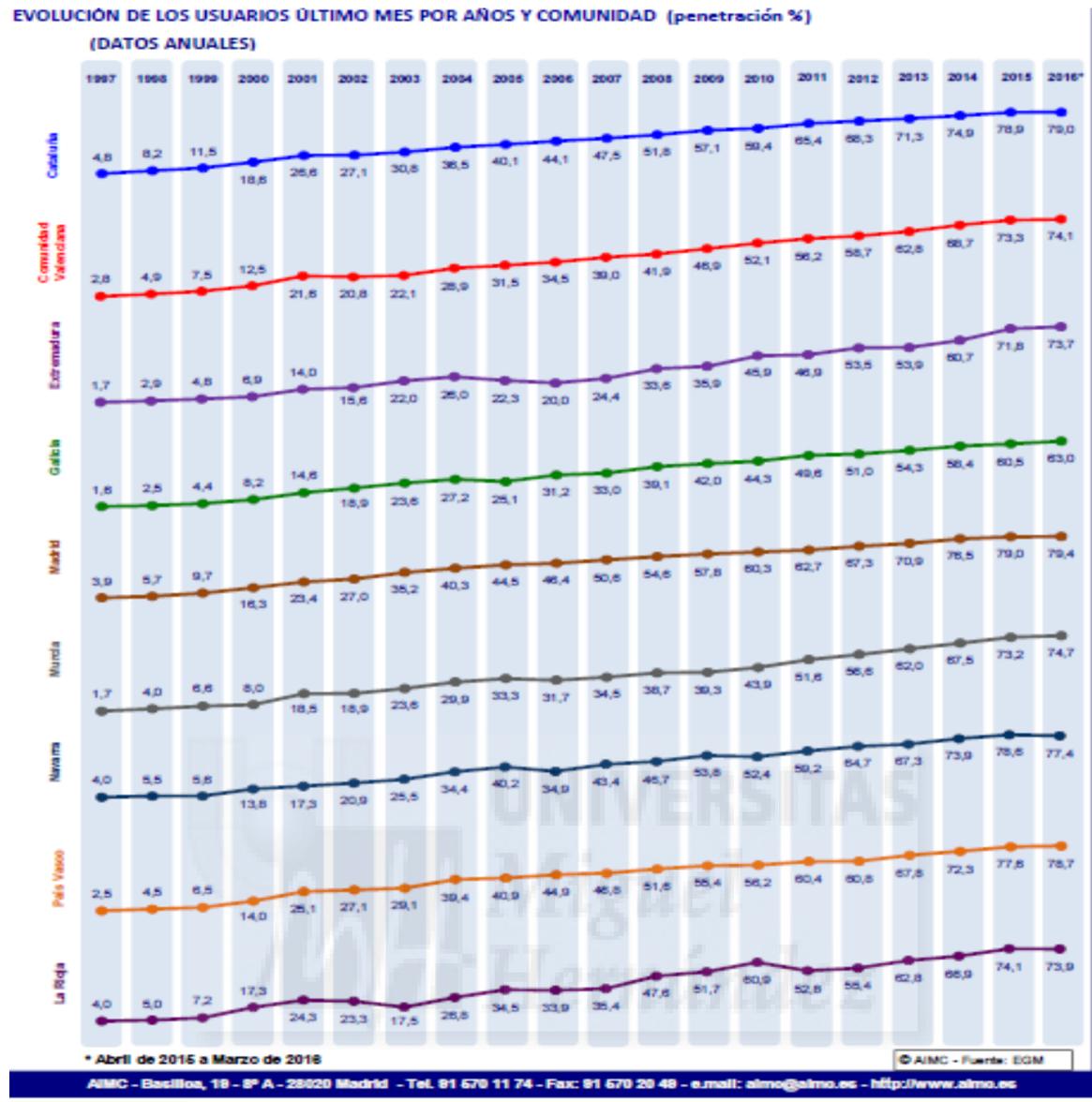
Ya existen casos en los que se ha probado con éxito esta profundización. El llamado “Estudio MATIC” se llevó a cabo con niños de tan solo 3 años por Toshiba y La Salle de Bonanova (Barcelona, 2008). En él se evaluó y comparó durante 3 meses el aprendizaje de 52 niños, divididos en 2 grupos; uno contaba con métodos de aprendizaje moderno (una tableta para cada uno) y otro seguía con las herramientas tradicionales. El alumnado del aula “tecnológica”, que partía con una evaluación media de 3,4, acabó con una media de 8,5. Los que siguieron los métodos tradicionales partían de una evaluación media de 4,7 y acabaron en 6,9, cifras mucho menores de mejora que sus compañeros. Si los resultados en este pionero estudio mostraron el potencial de estos nuevos métodos, ¿qué podría suponer para la sociedad del futuro que todos llegáramos a la edad adulta con un total conocimiento y control de la gran cantidad de herramientas tecnológicas que nos rodean? La respuesta está en el aire debido a que nadie ha querido responderla por el momento. O no le ha interesado hacerlo. Los conductores de este proceso no deben ser otros que los maestros, que deberán adaptar su forma de enseñar a una nueva generación y a las formas de vida que trae consigo, como dice Jesús Salinas:

“La institución educativa y el profesor dejan de ser fuentes de todo conocimiento, y el profesor debe pasar a actuar como guía de los alumnos, facilitándoles el uso de los recursos y las herramientas que necesitan para explorar y elaborar nuevos conocimientos y destrezas” (2004:7). Y es que la importancia de adaptarse a estos cambios es fundamental para que la sociedad sepa utilizar unas herramientas muy poderosas como afirma Andrea Francisco: “Si queremos pasar de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento, los centros de educación formal y no formal necesitan incluir aprendizajes que preparen a los jóvenes para el siglo XXI. Actualmente, los ciudadanos necesitamos mayor cantidad y calidad de educación donde la alfabetización mediática ha de tener un espacio relevante” (2011:7).

Y es que no todo es malo en las nuevas incorporaciones, María Luisa Sevilla dice que “las llamadas nuevas tecnologías de comunicación están actuando como catalizador sobre nuestra sociedad, motivando y acelerando procesos de cambio, creando expectativas, deseadas o rechazadas sobre las estructuras sociales, sus formas laborales, de relación, culturales y económicas” (2008:10). Lo que trae el problema es el mal uso, no la presencia de mecanismos que nos ayuden en nuestras vías de conocimiento. El abuso de toda materia es perjudicial y de algo con tanto poder como las tecnologías de la información no iba a ser menos.

El estudio realizado se ha hecho únicamente en la provincia de Alicante para así poder cohesionar los resultados de una forma más significativa. También hay datos interesantes ofrecidos por el último estudio de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) respecto a la evolución de la utilización de Internet en la última década, incluyendo hasta febrero de este mismo año (AIMC, 2016, p.5). Los datos comparan las comunidades autónomas en función del uso de Internet mostrados en la figura 5.

Figura 5



Autor: EGM

Se aprecia como en la Comunidad Valenciana como en el resto de los territorios españoles la utilización de la red ha aumentado sustancialmente, ya no solo desde el comienzo de este estudio, sino desde el 2005 hasta aquí. Exceptuando a Galicia y Castilla y León todas las comunidades superan el 70% de usuarios. En la Comunidad Valenciana la cifra pasa de un 52,1% en 2010 al 74,1% de los primeros meses de 2016. Un aumento considerable que ha cambiado la forma de interactuar, aprender y trabajar de la sociedad española y por supuesto, en la valenciana.

Las nuevas tecnologías no son más que fruto del avance de nuestros pensamientos y la extensión de nuestras ideas. Como decía María Jesús Casals: “La red nos ha venido a mostrar que el conocimiento no es lineal y que la comunicación tampoco puede serlo. El camino del conocimiento crea redes, como las ha creado el mundo digital. La

posibilidad de los hipervínculos y enlaces ha puesto en evidencia que la comunicación ha dejado su linealidad para ser más parecida a la mente humana: una gran red de relaciones casi infinita” (2004: 64).

OBJETIVOS E HIPÓTESIS INICIALES DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de la investigación es demostrar la influencia que tienen las nuevas tecnologías en los universitarios de la actualidad. Para ello se analizará esta generación comparándola con los que fueron universitarios en los años 80.

Con este objetivo se pretende demostrar también el cambio entre estas dos generaciones directamente relacionado con la aparición de las TIC en la sociedad.

La primera hipótesis es que estas nuevas herramientas han hecho que las nuevas generaciones tengan menor nivel de cultura general e información en general. Esta hipótesis intenta demostrar también que lo que interesa en la actualidad no es igual que lo que interesaba hace menos de 40 décadas.

Una segunda hipótesis a demostrar es la desinformación que producen las nuevas tecnologías, mostrando millones de noticias al alcance de cualquiera que disponga de un dispositivo electrónico pero sin una validez tan fiable como sucedía anteriormente con los métodos tradicionales. Dentro de esta desinformación se busca cumplir con la afirmación de las nuevas generaciones buscan prioritariamente la inmediatez en las noticias como característica principal.

Otro de los objetivos será ver cómo se informan los universitarios de hoy en día y cómo se informaban en los años 80’, buscando afirmar la fuerza de Internet para la información en las últimas décadas. Sin olvidar los cambios también en los medios de comunicación que afectan a este fenómeno

Con todo ello determinar las repercusiones que pueden tener en la sociedad y las futuras generaciones estas variaciones en lo referido a la información y la forma en la que afecta al conjunto de la sociedad.

METODOLOGÍA

La investigación lleva cabo un análisis estableciendo una comparativa con los diferentes conocimientos que tienen los universitarios de la actualidad y aquellos que lo fueron en los años 80, diferenciándolos en los menores y mayores de 40 años respectivamente a través de una encuesta de 100 personas. En este proceso se ha analizado la utilización de las nuevas tecnologías, aplicadas especialmente a la comunicación e información, para entender el acceso de ambas generación a las noticias y su interés por las mismas.

En primer lugar se analizó un conjunto de estudios relacionados con la materia, especialmente sobre las TIC, la aplicación de las nuevas tecnologías en la sociedad y sobre la audiencia en los medios de comunicación según las edades anteriormente mencionadas. Una vez realizado estos pasos se procedió a recopilar lo más interesante de cada una de ellas para el estudio.

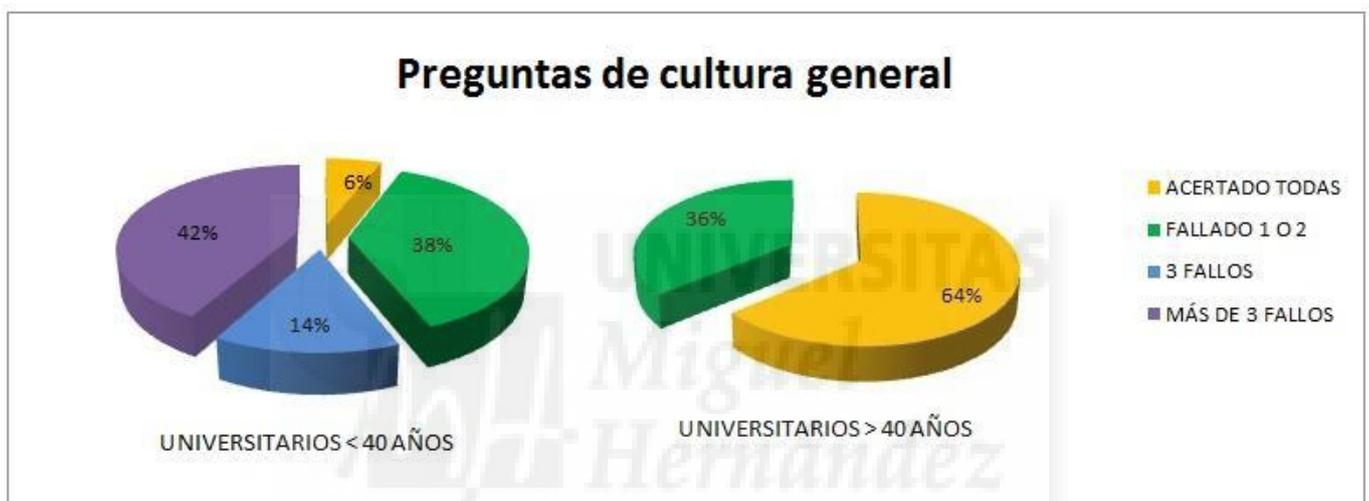
El segundo paso fue realizar una entrevista abierta cuya transcripción se incluye en los anexos al experto Jordi Ferrus, profesor de la Universidad Miguel Hernández y antropólogo de profesión, conocedor también del mundo de la información ya que imparte clases en el Grado en Periodismo. Además vive desde dentro el mundo de los universitarios de hoy en día y el cambio que ha supuesto la implantación de estas nuevas herramientas. Con estos conocimientos adquiridos se procedió a realizar la encuesta.

La encuesta incluía 16 preguntas relacionadas con las nuevas tecnologías y la comunicación, 11 de cultura general y 4 de control. Las preguntas eran cerradas de elección única, politómicas en la mayoría de los casos pero dicotómicas en alguna ocasión. Los 100 encuestados son 50 de cada una de las dos generaciones y todos son o han sido universitarios y residen en la provincia de Alicante.

RESULTADOS

I. CULTURA GENERAL

Con todo lo anterior analizado y puesto en conjunto se ha decidido empezar con los datos obtenidos de este análisis relativos al apartado de Cultura General resultante de la encuesta.



Autor: elaboración propia

La gran diferencia entre las dos generaciones de universitarios la encontramos en el porcentaje de aquellos que han acertado todas las respuestas. Mientras que los más adultos acertaron con un 64% las 11 preguntas, solo un 6% lo hizo en los jóvenes. También es destacable que a pesar de que el 36% de la generación adulta falló una pregunta de la encuesta sobre cultura, ninguno de ellos se equivocó en más de una ocasión. Todo lo contrario que en el caso de los universitarios de hoy en día. El 42% fallaron en más de 3 ocasiones, por lo que no fueron capaces de responder ni 8 preguntas correctamente de las 11 presentadas. El 38% falló 1 o 2 ocasiones en las preguntas y un 14% lo hizo 3 veces. También se puede diferenciar en el tipo de fallo que varió según la edad. Las respuestas en las que se equivocaron generalmente los encuestados de la edad adulta eran las de historia internacional como “¿cuál de estas no

es una de las 7 maravillas del mundo?” o “¿en qué país se sitúa el origen de la revolución industrial?”, todo lo contrario que los jóvenes que fallaron por lo general en las preguntas de geografía e historia como “¿cuántas provincias tiene Castilla y León?” o ¿en qué año murió Franco?”. Estos resultados presentan una serie de respuestas a algunas de las cuestiones expuestas en el marco teórico. Dando prioridad a la cuestión de la evidente desinformación que sufren los jóvenes a pesar de tener muchas más herramientas que los encuestados mayores de 40 años.

El primero que se analizará dentro del ámbito de las nuevas tecnologías será el de la respuesta “¿para qué utilizas más las nuevas tecnologías?”. Unas diferencias que muestran la distancia que están creando las nuevas tecnologías en el mundo del conocimiento entre generaciones.

II. NUEVAS TECNOLOGÍAS



Autor: elaboración propia

La razón por la que se comienza con estas respuestas es la gran diferencia entre las 2 generaciones de este estudio, la de universitarios menores de 40 años y las generaciones de los años ochenta, mayores de 40 años. En ella se aprecia unos usos muy diferentes de las nuevas tecnologías que condicionarán por lo tanto, el acceso a la información a través de la red. En los mayores de 40 años la opción preferida es seguir utilizando estos elementos para comunicarse de una forma tradicional, a través de mensajes y llamadas. Solo un 2% las utiliza para interactuar online, un 16% menos que la nuevas

generaciones de universitarios. Buscar información obtiene es la vertiente elegida para la generación actual, un 16% que asegura utilizar las nuevas herramientas de la era de la comunicación para mantenerse informados a través de Internet, algo por debajo que la cifra obtenida por las actividades de ocio, 22%.

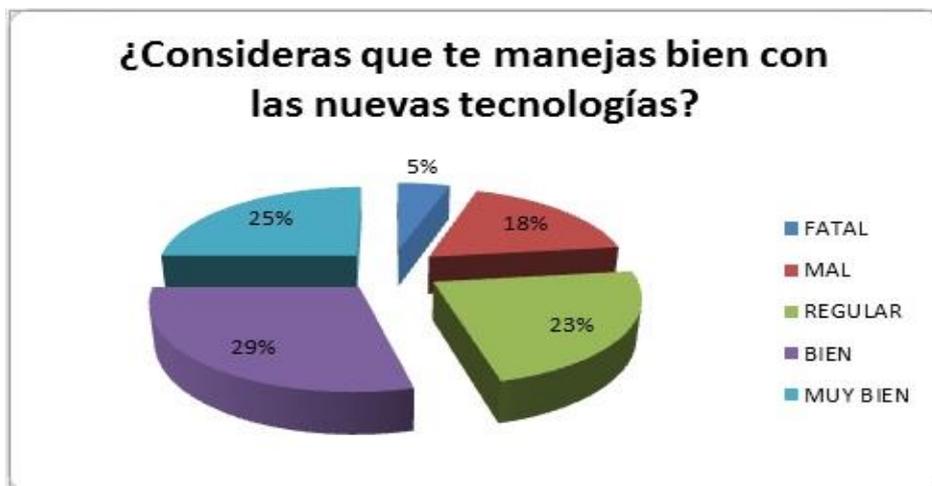
Buscar información y el ocio son las opciones elegidas para los menores de 40 años. Este dato es muy significativo al poner de manifiesto cómo los jóvenes ponen a la misma altura estar bien informados que divertirse con aplicaciones de juegos o ver series y películas online, ambos con un 33%. En este punto resulta interesante citar a Jordi Ferrús, profesor de antropología social en el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche al que se entrevistó para tener una opinión de un experto en el ámbito social. Jordi asegura que “el problema principal es que no todo el mundo hace buen uso de las redes sociales, la mayor parte de la gente joven no lo utiliza para estar informado, ni para informarse. Y cuando lo utiliza para estar informado como no tiene criterios críticos sigue estando desinformado, manipulado”. Hablar online se sitúa en esta franja de edad a la misma altura que las llamadas y los mensajes, que caen respecto a los mayores de 40 años un 42%. Los jóvenes buscan más información a través de la red y buscan el entretenimiento a través de la misma por igual. Se confirma así la afluencia de universitarios actuales en la red para buscar información y que las personas de edad media se mantienen en ese uso “antiguo” de las nuevas tecnologías, mantenerse comunicado con los demás sin necesidad de la red. Comparando la totalidad de las respuestas en una misma gráfica obtendríamos que el 23% eligió ocio como la actividad que realiza con más frecuencia por las nuevas tecnologías y a tan solo 3 puntos, con un 26% encontraríamos la respuesta “buscar información”. De nuevo se muestra la importancia que se le da a estas 2 acciones, muy a la par gracias a las respuestas de los universitarios de hoy en día.



Autor: elaboración propia

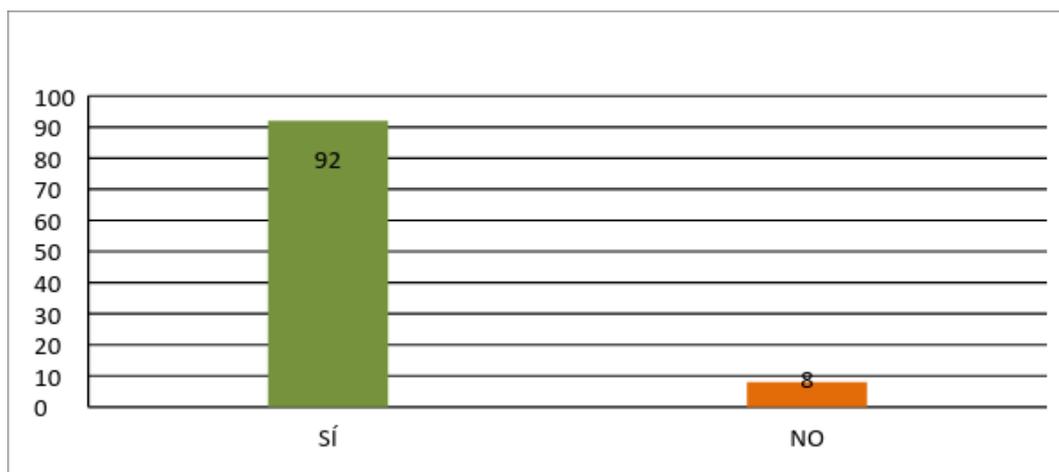
Esta tercera gráfica es indudablemente una de las más representativas de la encuesta. Entre las dos generaciones hay una diferencia sustancial con el nivel de comodidad al utilizar las incorporaciones tecnológicas. En ambas gráficas hay una opción por cada generación que sostiene la inmensa mayoría de las respuestas, en el caso de los jóvenes con un 60% gana el “sí, estoy acostumbrado” y por el contrario, en la edad más adulta el 58% de los votos es para la respuesta “no, me incomoda”. Este simple primer análisis ya nos deja entrever las grandes diferencias de adaptarse a estos cambios que se incorporan a nuestras vidas prácticamente a diario. Unas diferencias que aumentan la separación del nivel de vida de ambas edades y que proporciona un cambio en la cotidianidad. Frente al 50% de los adultos que se sienten incómodos solo un 4% asegura estarlo en las generaciones más jóvenes. También es destacable que un 0% de los más jóvenes consideran que estos nuevos métodos perjudican su día a día, frente al 22% de los adultos que opinan que sí lo hacen. Encontramos un 0% también en la parte de los encuestados mayores de 40 años en la opción “sí, mucho” en relación a su comodidad con las nuevas tecnologías, un 0% frente al 36% de los más jóvenes, la segunda opción más elegida en esta franja de edad.

Pero a pesar de que se aprecia una alta incomodidad a la hora de tener que hacer mano de estas herramientas en la vida diaria, la gran mayoría de los encuestados, incluyendo los mayores de 40 años, aseguran manejarse bien con estos elementos electrónicos.



Autor: elaboración propia

De las encuestadas solo un 21% respondió “fatal” o “mal” a la pregunta “consideras que te manejas bien con las nuevas tecnologías”, por lo que hay un alto porcentaje de los encuestados que a pesar de creer utilizar bien estos nuevos elementos, no se siente cómodo al tener que hacerlo. También en este apartado hay que mencionar las respuestas obtenidas a la pregunta “¿Consideras Internet imprescindible para desarrollar tu trabajo o estudios?”.



Autor: elaboración propia

De nuevo a pesar de que hasta un 38% de los encuestados aseguran no sentirse cómodos al utilizar diariamente las nuevas tecnologías, el 92% de los mismos las considera

indispensable para la realización de su trabajo o estudios, un altísimo porcentaje en el que el 8% está representado en su totalidad por los universitarios mayores de 40 años.

En este apartado resulta interesante citar un artículo de opinión publicado en la revista “Espacio crítico 29”, escrito por Juan C. Gutiérrez. En él se muestra la visión de tres generaciones, un hombre de 55 años, un adolescente de 14 y la del propio escritor. En esta se ponen de manifiesto las diferentes rutinas de las generaciones, como Juan, el hombre de 55 años utiliza su tiempo para enriquecerse culturalmente o simplemente para sociabilizar y no toca un aparato tecnológico hasta los 33 mientras que el joven adolescente asegura ocupar su tiempo jugando a la Xbox 360. El autor acaba con esta cita: “Todos los apartados que sirven para estudiar son positivos pero los que los absorben son negativos porque comienzan a vivir dentro de los dispositivos. Ya no hay vida social”.

Entramos ya en el análisis para intentar solucionar este problema a la hora de adaptarse a las nuevas tecnologías. El primer paso es empezar por implantarlo en las aulas y que los estudiantes sepan cómo enfrentarse a los retos que estas novedades les ofrecen, como bien afirma Jordi Ferrús. En esta es en una de las pocas preguntas en las que ambas generaciones contestaron mayoritariamente a la misma opción. En este caso se trata de la respuesta “no”, en los <40 años con un 53% y en los >40 años con el 84%, prácticamente la mayoría.

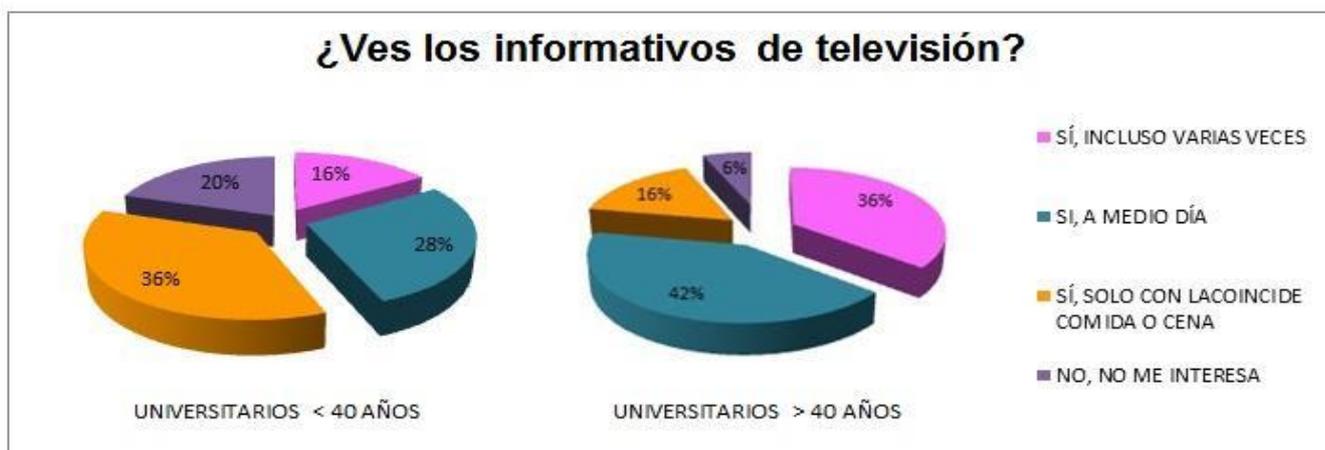


Autor: elaboración propia

Además hay que destacar también que en los mayores solo un 2% cree que las nuevas tecnologías sí están bien implantadas en los sistemas educativos, con un restante 14% que opina que sí lo están pero que pueden ser perjudiciales si se utilizan de una forma inadecuada. Respecto a los universitarios de hoy en día, un alto porcentaje piensa que sí están bien implantadas pero ven la posibilidad de que lleguen a ser perjudiciales. Algo muy relevante debido a que son ellos los que actualmente están viviendo en primera persona la forma en la que las tecnologías se adaptan a las aulas. El dato de quienes piensan que están perfectamente incluidas en la enseñanza también cuenta con muy poco apoyo, solo el 6%, una cifra muy cercana a la otra generación representada. A pesar de que Internet es un medio masivamente utilizado por los estudiantes hasta ellos consideran que no están bien implantadas en las aulas. De nuevo, las palabras de Jordi Ferrús escenifican lo que profesores universitarios sienten en sus clases en la actualidad: “Directamente se accede vía Internet, cuando antes el adquirir el conocimiento se basaba en comparar y valorar la información. Esa facilidad es precisamente lo que provoca que no haya filtros críticos a la hora de seleccionar una cosa u otra y para al final, encontrar aquello que finalmente vale”.

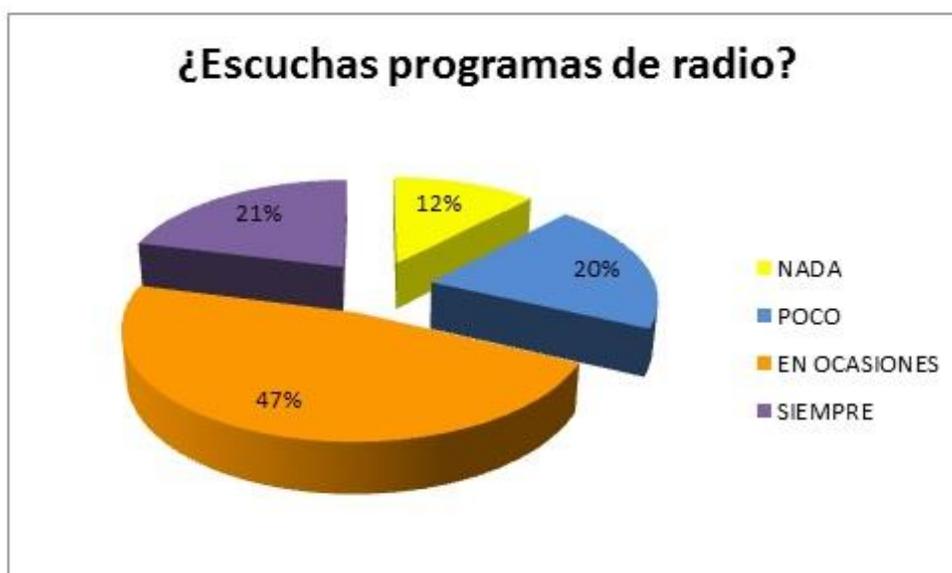
III. MÉTODOS DE INFORMACIÓN

En este apartado dejamos a un lado las nuevas tecnologías puramente y entramos más en la forma elegida de los encuestados para informarse. En primer lugar, enfocado a la televisión, el medio que desde su instauración en 1956 ha liderado la audiencia en el ámbito de la información, dejando a la radio en un segundo plano. Esta era de la comunicación en la que vivimos hace que la televisión tenga una feraz competencia con Internet.



Autor: elaboración propia

Las opciones elegidas por las distintas generaciones de nuevo son muy dispares. Comenzando con los más jóvenes aseguran con un porcentaje del 36% que solo ven los informativos de televisión porque estos coinciden con las horas de comida o cena, en la que en la mayoría de las casas españolas se encuentra una televisión encendida. Sin embargo, únicamente el 16% los ve a conciencia e incluso varias veces al día, un dato aun así muy por debajo de la generación más adulta que asegura en un 36% repetir con los telediarios más de una vez al día. El dato más alarmante para estos medios de comunicación es la afirmación de que 20% de los jóvenes que dicen no estar interesados por estos programas televisivos y en consecuencia deciden obviamente no verlos. El 28% de este segmento de la población ve los informativos una vez al día. Si unimos los datos de aquellos que afirman sí ser espectadores de los informativos al menos una vez, concluiríamos con una cifra del 80% que aunque de esos la mayoría sea solo por coincidencia con horario de comidas, los ve. Los resultados de la generación de los ochenta aún bajan más esta cifra de no espectadores de los informativos televisivos, únicamente el 6% de ellos asegura no estar interesado en este tipo de programación. Además de la cifra del 36% que los ve más de una vez al día, el 42% son espectadores del telediario del mediodía, por historia, el más visualizado por la sociedad española. De los más adultos solo el 16% los ve porque coinciden con la comida o con la cena, un porcentaje 20 puntos más bajo que sus predecesores. En definitiva ambas generaciones coinciden en que los informativos televisivos son vistos por la mayoría, por unas razones o por otras, pero esto no pasa con todos los medios de comunicación. A los 100 encuestados también se les preguntó por su interés en los programas de la radio, y la diferencia con la televisión es sustancial.



La radio también ha perdido la batalla con lo audiovisual y con Internet en particular. Este medio mantiene espectadores en gran parte por los medios de transporte que siguen siendo el único ámbito en el que la radio gana a la televisión o nuevas tecnologías. El 12% asegura no escuchar nada programas de radio. La opción preferida es “en ocasiones”, con un 47% de los encuestados, un 20% los escucha muy poco, y los fieles a este medio de comunicación son realmente pocos, solamente un 21%, de los cuales la mayoría son de los encuestados mayores de 40 años.

Pero la televisión no solo está por encima de la información radiofónica, lo datos obtenidos sobre los periódicos también revelan un desinterés mayor hacia este tipo de medios de comunicación.



Autor: elaboración propia

Hasta un 12% de nuevo, al igual que en la radio, admite no leer ningún tipo de periódico a lo largo de su día a día. Esta vez los jóvenes vuelven a tener cifras más altas respecto a la negativa de este medio de comunicación, con un 16% frente al 10% de los mayores de 40 años. En lo que sí coinciden es en que aquellos que sí son lectores de estos periódicos, lo hacen a través de medios nacionales tanto jóvenes como edad adulta, con un 44% y 58% respectivamente. Exactamente igual también resulta la cifra obtenida por el apartado deportivo que consigue alcanzar en los medios de comunicación impresos hasta un 20% en las 2 generaciones. Algo superior es el interés por los medios internacionales en la generación de los jóvenes con un 20% con respecto al 12% del otro segmento analizado. El apartado de los medios escritos es sin duda uno de los que

más coincidencias encontramos entre ambas generaciones. Pero una vez comprendido la difusión que puede llegar a tener estos medios en los universitarios de ambas edades es interesante observar cómo acceden a ellos ya que gracias a las nuevas tecnologías es mucho más sencillo llegar a todo este tipo de información. Por lo tanto, ¿cuál es el método preferido para leer los periódicos?:

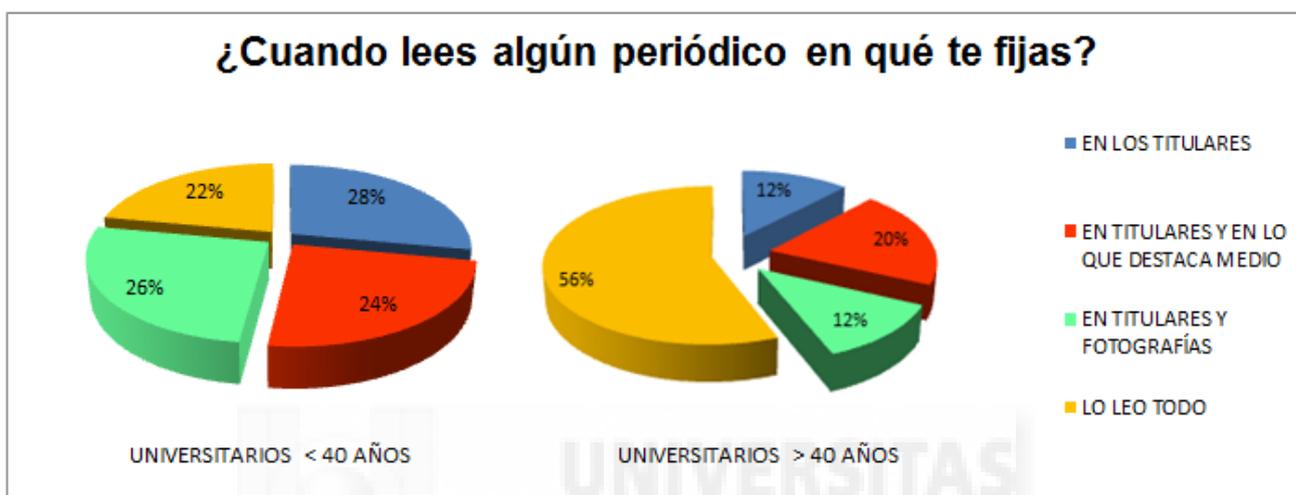


Autor: elaboración propia

En estos resultados se ve la diferencia en los métodos entre ambas generaciones. Las elecciones son totalmente opuestas. Mientras que los más jóvenes optan por las nuevas tecnologías y admiten ver los periódicos únicamente a través de Internet, los encuestados mayores de 40 años continúan utilizando los métodos tradicionales, el papel, elegido en un 60%. Y es que la diferencia es realmente grande en la elección de Internet, ya que solo el 4%, 58 puntos menos que los jóvenes elige exclusivamente estas herramientas y a la inversa, el mismo 4% de los jóvenes eligen impresos. Sí coinciden más en las otras 2 respuestas. La opción “tanto impresos como online” fue escogida por los jóvenes y la edad adulta con un 18% y 24% respectivamente. Una combinación de las nuevas tecnologías con los viejos métodos que es elegida por ambos pero que no supera las preferencias mayoritarias de las dos generaciones. Por último en este aspecto comentar que un 15% admite no leer los periódicos por ningunas de las 2 opciones.

Una vez analizados todos los aspectos relacionados con la prensa, es importante también centrar la atención en lo que realmente le importa a los lectores dentro de los

ámbitos que ya hemos analizado. En qué se fijan cuando leen esos periódicos, ya sea de forma online o impresa. La forma en la que se lee una noticia puede cambiar completamente la percepción que se tenga de la misma debido a que, como ya sabemos en los medios de comunicación, se prima llamar la atención y aunque los titulares siempre deben velar por la verdad, en ocasiones maquillan la información únicamente para convertirse en objetivo de las miradas del público.



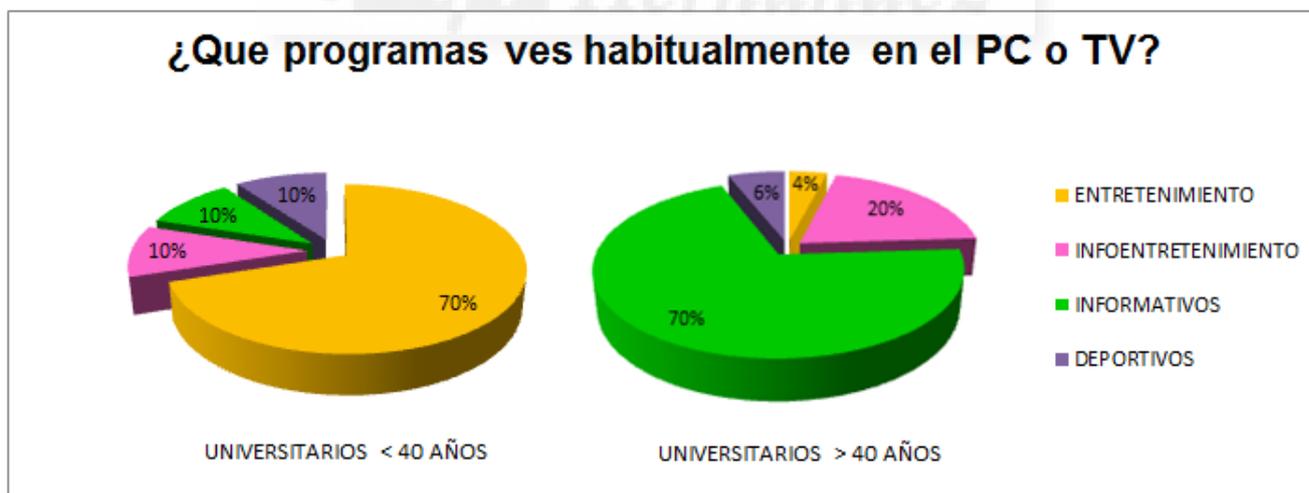
Autor: elaboración propia

En este punto vamos a analizar las generaciones por separado debido a que este apartado puede dar pie a conclusiones muy importantes sobre el interés de los públicos respecto a las noticias y por lo tanto, la actualidad.

Las nuevas generaciones de estudiantes equiparan en esta ocasión casi todas sus respuestas. Los lectores que aseguran leerlo todo son muy pocos para lo importante que resulta eso en todo tipo de noticias, únicamente un 22%. Esta cifra de hecho convierte esta opción en la menos elegida por este segmento de la sociedad, seguida del 24% que se fija en los titulares y en lo que destaca el medio (ladillos, destacados, citas, etc.). Con un 26% se sitúa la parte más gráfica de las opciones, fijarse en los titulares y en las fotografías que generalmente aparecen en los medios, por lo que además hace pensar que esa presencia es más importante ya que perderían lectores, o al menos su interés, si estas no aparecieran. Por último el 28%, el mayor porcentaje, elige poner su atención exclusivamente en los titulares.

El caso de los encuestados de más de 40 años es totalmente diferente, una vez más. La opción más elegida y en este caso con bastante diferencia al resto es la de “lo leo todo”, con un 56%. Los titulares y lo destacado por el medio es la que le sigue con un 20%, y a la par con el mismo 12% las dos opciones restantes, la más visual de las fotografías y leer únicamente los titulares de las noticias. La mayor diferencia está en aquellos que prestan atención a todo lo que el periodista quiere contar en esa noticia, 34 puntos menos para los menores de 40 años. La parte visual, la de las fotografías sigue teniendo menos importancia para los lectores de mayor edad, mientras que los jóvenes la priorizan por delante de todas las demás. Una elección que muestra el mundo multimedia en el que vivimos a día de hoy, hasta un 23% entre las dos generaciones eligió leer lo los titulares y la fotografía por el 38% que lo lee todo, de ellos, un alto porcentaje pertenece a la segunda generación como observamos en la gráfica anterior.

Una vez concluido el análisis de todos los medios de comunicación, es importante atender también a los programas elegidos por el medio líder en audiencia, la televisión, y su competidor más fuerte, el acceso a todos los programas a través de Internet, en el ordenador:



Autor: elaboración propia

Los programas elegidos por las dos generaciones son muy dispares. Los universitarios menos de 40 años eligen los la opción del entretenimiento en la inmensa mayoría, con un 70%. Ese mismo 70% que obtiene la opción de los informativos en la generación de

los mayores de 40 años. Con los más adultos el infoentretenimiento supera con un 20% al entretenimiento puro, 4%, y a los programas deportivos, con un 6%. Más igualados están estos resultados en los jóvenes que además de elegir por completo la opción de entretenimiento igualan los informativos, el deporte y el infoentretenimiento con un 10% cada uno. Unos resultados que vuelven a mostrar que los jóvenes utilizan estas nuevas herramientas para divertirse, ocupar el tiempo y no para buscar información debido a la facilidad que tienen para hacerlo en cualquier momento sin ninguna limitación de horarios como es el caso de los informativos que son emitidos a ciertas horas, sin modificación. El caso del infoentretenimiento ha subido considerablemente en los últimos años y cada vez son más los programas que combinan ambas fórmulas para potenciar su audiencia, como en el caso de “El Hormiguero” o “El Intermedio”. El deporte sigue con ese porcentaje fiel de seguidores que también tienen que estar sujetos a un horario imposible de cambiar por las características de una actividad deportiva.

Con todo ello no hay que olvidarse de los “nuevos medios de comunicación” que han asaltado la profesión del periodismo en los últimos años. Con la llegada de las nuevas tecnologías llegaron las redes sociales. Y con ellas, la información a través de canales que no eran medios puramente informativos o ni siquiera medios. Pero no por ello el seguimiento de las mismas ha sido menor, ya que la población, especialmente la más joven elige a diario esta opción. Los medios tradicionales han tenido que adaptarse y crear plataformas para que también haya espacio en la red para la información veraz y contrastada y no para las simples opiniones o rumores sin fundamentar. El seguimiento de los medios de comunicación en las redes sociales por los universitarios de ambas generaciones es el siguiente:



Autor: elaboración propia

De nuevo, una diferencia muy grande entre las respuestas de los dos segmentos. La utilización de Internet por parte de los jóvenes se pone de manifiesto debido a que el 58% de ellos admite seguir a medios de comunicación aunque solo a algunos. Ese “solo algunos” también dice mucho de este tipo de población. Sigue únicamente aquellos que les interesan, quizás por su ideología, por la manera de informar o simplemente por azar, pero no contrastan la información entre la gran variedad de medios que dispone España. Solo el 22% de los jóvenes universitarios admiten seguir a esta gran variedad de medios, resultado que contrasta con el 2% de la edad más adulta que elige esta opción. Llamativa también es la elección de un 8% y 12% de los jóvenes y edad adulta sobre la respuesta “Si los sigo pero no presto atención”. Unos seguidores fantasmas que ven las noticias y deciden por falta de interés o por cualquier otra razón, ignorarlas. Y en segundo lugar solo en esta gráfica encontramos otra gran diferencia entre las dos edades en la respuesta “no”. El 12% de los jóvenes no sigue a medios de comunicación en sus redes sociales, mientras que en los mayores de 40 años, el 71% admite no ser seguidores de los mismos y un 12% sí son seguidores pero no prestan atención. Podemos obtener que de la edad adulta solo un 17% atiende a los medios en las redes, contrastado con el 80% de los jóvenes, si juntamos las respuestas “sí, a muchos” y “sí, pero solo a algunos”. Las redes sociales y su correcta utilización son uno de los retos fundamentales que tiene que afrontar esta sociedad, como bien afirma Evgeny Morozov, escritor crítico sobre la generación de Internet, en una entrevista realizada en 2015 al diario El País: “Muchos de los dispositivos inteligentes que nos rodean reflejan intereses y compromisos de la gente que los fabrica o configura. El motivo por el que la gente comprueba una y otra vez su Facebook o Twitter en el teléfono es que los sistemas han sido diseñados para crear esas dependencias. El modelo de negocio de este tipo de servicios es así. Cuantos más clics hago, más valioso soy”.

IV. ADAPTACIÓN A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

El problema es que la mayoría de los que no han nacido con estos cambios tecnológicos no se ven capaces de adaptar estos cambios constantes que presentan las nuevas tecnologías, especialmente aplicados a la información y a su acceso.



De todos los encuestados solo el 23% asegura sentirse completamente cómodo con el avance constante de las nuevas tecnologías y el cambio por lo tanto que supone para cada individuo en su día a día. Todo lo contrario opina otro 23% que aseguran no adaptarse bien porque avanzan demasiado rápido, al que se suma el 13% que no se ve interesado por estas nuevas herramientas y sus respectivos cambios. La mayoría de los universitarios contestaron que sí se adaptan bien pero que creen que en ocasiones la velocidad de los avances es demasiada. El 36% no se adapta bien a estas nuevas tecnologías, más de un tercio de una población que tienen estudios superiores y que en principio tiene capacidad para adaptarse a este tipo de cambios.

V. VALORACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Con todo lo anterior, concluiré con el análisis con la valoración de los encuestados sobre los medios de comunicación, los encargados, a priori, de trasladar la información a la sociedad.



Autor: elaboración propia

Como en el resto del análisis, las dos generaciones son muy dispares en sus contestaciones. Lo que debería ser más preocupante para los medios de comunicación es la respuesta de más del 10% de la población universitaria de hoy en día, un 14% concretamente, que contestó que no se fía de los medios de comunicación y por lo tanto no los considera buenos comunicadores. Obviamente este segmento de la población no buscará la información a través de ellos si no son de su agrado. También con un porcentaje similar, el 14%, admite no considerar a los medios buenos comunicadores e informarse por sus propios medios. Si juntamos estas 2 respuestas, sacamos la cifra de un 32% de los universitarios de hoy en día no considera a los medios de comunicación buenos informadores. Pero la desconfianza no queda ahí, el 32% sí los considera buenos comunicadores pero aun así prefiere informarse a través de sus propios medios, Internet. Por lo que solo nos queda el 36% restante que sí sigue viendo a los medios de

comunicación como la mejor opción para estar bien comunicados. Una cifra muy baja teniendo en cuenta lo importante que es estar bien comunicado, esa audiencia perdida es la que los medios tienen que buscar recuperar.

Todo lo contrario que los universitarios mayores de 40 años. Estos confían en la gran mayoría en los medios como informadores y buscan la actualidad a través de ellos en un 82% de las ocasiones. Aun así es preocupante también para estos medios que haya un porcentaje de 6% que asegura no fiarse de ellos, aunque menos que sus predecesores, ya es un porcentaje de la población que puede estar mal informado o peor, desinformado. El 12% de esta generación adulta se fía de ellos pero prefiere informarse a través de sus propios medios.

Con todos estos resultados analizados, con los estudios previamente analizados y las entrevistas realizadas a expertos en la materia podemos llegar a diferentes conclusiones.



CONCLUSIONES

Tras los resultados se pueden obtener diferentes conclusiones de la investigación. Indudablemente esta falta de información en determinados ámbitos queda de manifiesto desde la primera pregunta realizada en la encuesta, cumpliendo por lo tanto con la primera hipótesis planteada. En ella se valora la cultura general que resulta ser mucho menor en el caso de los más jóvenes, con datos abrumadores. Además de la gran cantidad de fallos cometidos en las cuestiones planteadas es importante diferenciar en que cuestiones se falla dependiendo de la edad. La cultura de España pierde interés, datos tan simples como las comunidades que contiene la provincia de Castilla y León fue errada en un 57% de las veces por las nuevas generaciones, también quién dio el golpe de estado en España, datos básicos sobre el país que son ignorados a pesar que desde las escuelas se enseñe la materia de “Historia de España” de forma obligatoria. Con esto se refuerza la idea de que sabemos exclusivamente lo que nos interesa saber ya que a golpe de “clic” tenemos muchísima información en nuestra mano. Lo que les interesa a los jóvenes ya no tiene que ver con el pasado, lo que buscan es la inmediatez, la velocidad de la información.

Entrando en el uso de estas herramientas también se diferencian varios aspectos entre ambas fracciones de edad. Ocio y hablar online marca las prioridades de unos jóvenes que no se preocupan de estar informados, al contrario que sus predecesores que las utilizan principalmente para mantenerse comunicados con el mundo que les rodea. Pero es que utilizar estos métodos hoy en día ya no es una opción. A pesar de que un alto porcentaje no se siente cómodo al tener que utilizar sí o sí estas herramientas en su día a día la gran mayoría (92% del total) lo consideran imprescindible. Unos datos abrumadores que dejan ver la dependencia que ya sufre esta sociedad *tecnoadicta*. Estamos en la era de la información y ya no sabemos utilizar otras herramientas que no sean las modernas, a pesar de haberse instaurado hace relativamente poco, somos esclavos de ellas incluso asumiendo que nos incomoda esa situación. La dependencia es uno de los pocos apartados en los que no encontramos diferencias entre las dos generaciones. Todos la tienen.

¿Y cuál es la razón de que esta sociedad no se haya adaptado correctamente a las nuevas tecnologías?, es posible que la respuesta sea la falta de presencia de las mismas en las

aulas. Una herramienta tan poderosa hay que saber utilizarla para que no sea perjudicial. La mayoría de los encuestados también opina que no están bien implantadas, especialmente los encuestados mayores de 40 años, hecho que puede darse por dos razones: la primera porque hace mucho que no estudian y ven que las cosas han cambiado a peor en la sociedad; o la segunda porque están menos acostumbrados a utilizarlas. A pesar de estar utilizándolas a diario los jóvenes también opinan en la mayoría de los casos no están bien implantadas. Si sumamos el 43% de los que opinan que puede ser perjudicial y los que opinan que no están bien implantadas podemos decir el 94% no está de acuerdo con la forma en la que las nuevas tecnologías están presentes en el sistema educativo. Un porcentaje altísimo si tenemos en cuenta que la vida diaria en la actualidad, tanto laboral como personal, está marcada por unas herramientas que nosotros mismos asumimos no saber utilizar de una forma adecuada.

Otra de las hipótesis confirmadas es que los métodos para informarse han cambiado entre estas dos generaciones de una forma muy notable. Para los jóvenes la televisión ha pasado a un plano secundario y el ver lo que quieres cuando quieres gracias a Internet ha salido a escena para acaparar toda la audiencia. Mientras la radio se queda únicamente para los trayectos en coche, la prensa resiste gracias a los medios deportivos y a los periódicos internacionales que cogen impulso. Los medios de comunicación se han ido adaptando a las nuevas tecnologías con las creaciones de espacios web de los medios impresos o de canales de podcast para las radios. Por ello la forma tradicional de acceder a la información tiende a desaparecer y ya no se escucha un informativo entero sino que se accede de manera online a los contenidos que nos interesan, de un modo inmediato y atemporal. También es importante mencionar que lo resumido es primordial para estas nuevas generaciones, no son válidos ya los textos con demasiados párrafos y sin elementos visuales. Lo que les importe ahora son los titulares, las fotografías y una vez captada su atención continúan leyendo. Además los contenidos que resultan interesantes han variado por completo. La información pura apenas es mostrada en los principales medios de comunicación y la mezcla con el entretenimiento es a día de hoy una práctica casi obligada por la demanda de la audiencia.

La información tradicional sigue siendo la opción más elegida por los universitarios de los años 80, gracias a ella resiste en gran medida los formatos sin la red como los periódicos impresos o la radio. Incluso la televisión que tiene en este sector de la sociedad una gran parte de sus fieles seguidores que no buscan tanta inmediatez en la

información y que todavía aguantan no ver exactamente lo que les apetece en ese mismo instante.

Las redes sociales son la muestra de esta brecha entre los más jóvenes y los adultos. Un método cada vez más elegido y que queda muy lejos para aquellos que no han nacido y convivido desde el principio con estas herramientas, las nuevas tecnologías. Los tuits mueven diariamente millones de bits de información que se escapan de las manos a aquellos que no tienen una cuenta y que si la tuvieran no mirarían constantemente, como sí hacen los más jóvenes.

La información tal y como la conocíamos ha cambiado. Las noticias viajan por la red a una velocidad descomunal y basta con poner dos palabras claves en el buscador para encontrar cientos de artículos y noticias de diferentes autores, países y medios. Procedencias que en muchas ocasiones pueden causar que esa información gane la inmediatez que buscan los jóvenes pero pierda su esencia, la veracidad. Las nuevas tecnologías han emborronado la línea entre la opinión, el entretenimiento y la información y han absorbido con ellas a las nuevas generaciones que no conocen otra forma de hacerlo y que tampoco están interesadas en conocer. La falta de una mentalidad crítica hace que no se planteen los perjuicios que puede estar causando utilizar las nuevas tecnologías para todo y especialmente para informarse. Un juicio crítico que proporciona también esa credibilidad incierta a la gran cantidad de noticias que viajan por la red sin ser realmente más que opiniones sin contrastar.

La brecha entre las dos generaciones ha causado una división que se nota en todos los ámbitos de la vida, no solo en el social. Hay que conseguir una forma de adaptarse más rápida y mejor para que estos elementos hagan que la información, la base de la libertad de cualquier sociedad, se pierda o deje de tener validez.

El principal problema es que los jóvenes se informan a través de la red, una red sin filtros. Esta escasez de vigilancia en la información hace que cualquiera pueda colgar una noticia sin ningún conocimiento de la misma y esta generación, sin ganas de contrastar nada, cae muchas veces en la trampa y por lo tanto en la desinformación. Por ellos los profesionales de la información tienen la responsabilidad de crear medios de comunicación flexibles frente estos retos. Hacer que la sociedad quiera informarse a través de ellos y no busque la vía fácil de la opinión sin fundamentos en la red. Y es que transformar la información en conocimiento es algo que hay que comenzar a poner en

funcionamiento para que todas estas evoluciones se equilibren con la característica humana de sociabilizar.

Con todo ello, las nuevas tecnologías también han aportado por supuesto cosas positivas a esta sociedad. El centro de la cuestión es encontrar la fórmula que haga de ellas una herramienta para mejorar todos los aspectos de lo que nos rodea. “Los jóvenes encuentran en las nuevas tecnologías un recurso para diferenciarse de la era de los adultos, simbolizada por el reino de la televisión. Todo se abre nuevamente, todo se puede volver a crear, todo es posible por poca imaginación que se tenga. Y sin el peso de la jerarquía social. El siglo XX ha sido tan mortal que parece difícil de rechazar el derecho a soñar a las generaciones que quieren construir un mundo mejor” (Dominique Wolton, 200, pág.8).



BIBLIOGRAFÍA

Andrés Barrios (2008). *Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación*, (pág.271).

José Manuel Rivas (1995). *Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor*, (pág.78).

Jordi Adell(1997). *Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información*, (pág.18).

Rubén Kaztman (2010). *Impacto social de la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el sistema educativo*.

Julio Cabero (2004). *Reflexiones sobre la brecha digital y la educación*, (pág.3).

Estudio Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2016). *Audiencia de Internet 2016*, (pág.5).

Jaime Yanes (2008). *Las TIC y la Crisis de la Educación*.

Instituto Nacional de Estadística (2015). *Ciencia, tecnología y sociedad de la información*.

Alex Barnet (2009). Artículo de opinión: *El gran desafío pedagógico*.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). *Estudio a propósito del día mundial de Internet*.

Koldo Mes (2003). *Nueva profesión: periodista digital*, (pág.5).

Francisco Campos (2008). *Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales*, (pág.29).

María Luisa (2010). *Nuevas tecnologías, nuevos medios y didáctica buscan convergencias formativas*, (pág.10).

Glays Hernández & Cecilia García & María del Carmen Navarrete (2015). *Inclusión de las TICS en el trabajo académico de los profesores universitarios*, (pág.4).

Andrea Francisco (2011). *Usando la Web 2.0 para informarse e informar. Una experiencia en educación superior*, (pág.7).

Bosco (1995). *Tecnologías del aprendizaje y el conocimiento*, (pág.31).

Dominique Wolton (2000). *Internet, ¿Y después? Una teoría crítica sobre los nuevos media*, (pág.14).

Paul Virilio (1995). *Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio!*, (pág.2).

