

# TIC I JOVES

Reflexions i reptes per al treball educatiu

Ariadna Fernández-Planells

María-José Masanet

Mònica Figueras-Maz



# TIC I JOVES

Reflexions i reptes per al treball educatiu

Ariadna Fernández-Planells

Maria-Jose Masanet

Mònica Figueras-Maz



Generalitat de Catalunya  
**Departament de Treball,  
Afers Socials i Famílies**

JOVENTUT

**Fernández Planells, Ariadna, 1983-**

TIC i joves : reflexions i reptes per al treball educatiu. – (Col·lecció Aportacions ; 54)

Bibliografia

ISBN 9788439394563

I. Masanet, Maria-Jose II. Figueras-Maz, Mònica III. Catalunya.

Departament de Treball, Afers Socials i Famílies IV. Títol V.

Col·lecció: Aportacions ; 54

1. Tecnologia i joves 2. Tecnologia de la informació – Aspectes socials 3. Alfabetització mediàtica 4. Tecnologia educativa

316.644-053.6:004

004:316.4

659.3:37.014.22

371.66/.69.02

Aquesta publicació es pot consultar a [www.gencat.cat/joventut/observatori](http://www.gencat.cat/joventut/observatori)

© Generalitat de Catalunya  
Departament de Treball, Afers Socials i Famílies  
Direcció General de Joventut



Avis legal:

Aquesta obra està subjecta a una llicència Reconeixement-No Comercial-Sense Obres Derivades 3.0 de Creative Commons.

Se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor o autors i l'editor, i no es faci un ús comercial de l'obra original ni se'n creïn obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

1a edició: octubre de 2016

Tiratge: 120 exemplars

Disseny: Unitat d'autoedició i disseny. Direcció General de Joventut

Impressió: Entitat Autònoma del Diari Oficial i Publicacions (EADOP)

D.L.: B 21004-2016

ISBN: 978843939456

# ÍNDEX

<b>PRESENTACIÓ</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓ</b>	<b>7</b>
<b>1. USOS I CONSUMS DE LES TIC PER PART DE LES PERSONES JOVES</b>	<b>11</b>
1.1. TIC i joves: trets característics	<b>12</b>
<b>2. LES TIC: EINES D'AÏLLAMENT O DE SOCIALITZACIÓ?</b>	<b>17</b>
2.1. Les TIC en el procés de construcció d'identitat de les persones joves	<b>19</b>
<b>3. QUÈ PASSA AMB LA BRETXA DIGITAL?</b>	<b>23</b>
3.1. En quin punt ens trobem?	<b>25</b>
<b>4. RISCOS I POTENCIALITATS DE LES TIC</b>	<b>29</b>
4.1. La doble vessant de les TIC	<b>32</b>
<b>5. EINES PER AFRONTAR ELS RISCOS I APROFITAR LES POTENCIALITATS DE LES TIC: L'EDUCACIÓ MEDIÀTICA</b>	<b>37</b>
<b>6. CONCLUSIONS I ORIENTACIONS PER A LES INTERVENCIIONS EN JOVENTUT</b>	<b>41</b>
6.1. Decàleg de recomanacions	<b>51</b>
6.2. Recursos	<b>53</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>59</b>



La irrupció de les noves tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) és un dels fenòmens que en les darreres dècades ha tingut més impacte en les nostres societats i en la nostra vida. Més enllà de la seva evident afectació al món productiu i laboral, les TIC també s'han convertit en un element cabdal del nostre oci i tenen un rol creixent en l'articulació de les nostres relacions i identitats. Les persones adolescents i joves són les que estan liderant aquest darrer procés, fins al punt que l'any 2001 es va popularitzar l'expressió *generació digital* per referir-se a les generacions que han crescut en un entorn en què les TIC configuren la nostra quotidianitat.

Com tota gran transformació social, la popularització de les TIC ha estat envoltada d'una forta polèmica que reproduceix i amplifica el debat entre *apocalíptics* i *integrats* que Umberto Eco va anticipar quan es referia als mitjans de comunicació de masses. Les TIC són percebudes simultàniament com una amenaça i una oportunitat. Des de l'àmbit de les polítiques de joventut, per exemple, de seguida s'ha copsat el potencial de les TIC per estimular i reforçar la participació social i política de les persones joves i la seva relació amb les administracions públiques; però és també des del món dels professionals de la joventut d'on han sorgit veus d'alarma sobre alguns dels riscos que les TIC comporten, com poden ser les addiccions, les violències que es poden exercir a través d'aquestes i les desigualtats en l'accés i els usos que en fan les persones joves i les conseqüències que això té.

Per aquest motiu hem cregut convenient encarregar a un equip d'especialistes sobre la temàtica la redacció d'aquest informe, que exposa l'*estat de la qüestió* sobre TIC i joves, realitzat des d'una visió inclusiva i amb la pretensió d'orientar les persones que porten a terme actuacions en l'àmbit de la joventut.

**MARTA VILALTA I TORRES**

Directora general de Joventut



# INTRODUCCIÓ

*“Las pantallas, como los espejos, sólo tienen valor en cuanto reflejan a la persona que interacciona con ellas. Sólo tienen sentido y valor para un interlocutor cuando éste se ve representado en ellas.”*

*Joan Ferrés (2014)*

L'alarma del mòbil sona a les 7 del matí. Per a la majoria de joves ara comença el primer contacte del dia amb els diferents mitjans i tecnologies que els envolten. Al llarg de la jornada miraran el seu telèfon múltiples vegades per enviar whatsapps, rebre missatges a Snapchat o consultar aplicacions d'oci on comparteixen mems (*memes*), enllaços, emoticones o opinions escrites. Faran les tasques de la universitat al seu portàtil o utilitzaran un ordinador de sobretaula al seu treball, obriran la tauleta tàctil (*tablet*) i veuran la televisió mentre comenten el programa a través dels seus telèfons intel·ligents amb amics i coneguts. Els joves d'avui en dia han nascut i crescut immersos en les pantalles i conviuen amb els múltiples dispositius i tecnologies de la informació i comunicació; són les anomenades TIC. Són, per tant, el sector de la societat que les viu en la seva plenitud (Aguaded-Gómez, 2011). Tal com apunten Buckingham i Martínez-Rodríguez (2013), en un context saturat de tecnologies digitals, els joves desenvolupen nous marcs per interpretar la vida, dibuixar opinions i estereotips o enfrontar dilemes que orientaran la comprensió de les seves accions quotidianes. En la mateixa línia s'expressen Arnett *et al.* (1995) quan afirmen que cal conèixer els usos i els significats dels mitjans per poder comprendre el desenvolupament futur dels joves.

No es tracta, però, d'un nou tret característic de la joventut del 2016. Fa més d'una dècada, el sociòleg Javier Elzo (2000) ja alertava del paper



important que els mitjans ocupaven en la vida dels adolescents i joves. En el seu llibre *El silencio de los adolescentes. Lo que no cuentan a sus padres*, Elzo pregunta a adolescents sobre les activitats que practicaven habitualment en el seu temps lliure. Els resultats ja eren reveladors: dues de les activitats en què més temps dedicaven es caracteritzaven per ser un oci que girava al voltant de les TIC, escoltar música i veure la televisió. Tanmateix, per ordre d'importància, la família, el grup d'amics i els mitjans de comunicació eren el punt on construir idees i interpretacions del món. Què ha canviat des de llavors? Avui en dia les persones joves (adolescents i joves adults) segueixen situant la família i els amics per davant de les tecnologies (Pindado, 2005). Hi ha, però, una relació estreta de quotidianitat entre joves i tecnologia. I, de fet, estudis recents com el de Buckingham i Martínez-Rodríguez (2013) demostren que, cada vegada més, les persones joves passen més temps en aquests nous espais digitals. A més, hi ha una sèrie de factors que diferencien la funció de les TIC com a agent socialitzador de la d'altres agents com la família, la institució formativa o el centre laboral.

Actualment, les TIC ocupen un lloc important en el dia a dia de les persones joves, ja que poden acabar cobrint les mancances que la joventut percep en altres agents, com la família o l'educació formal. Les TIC no sols ocupen molt del temps dels joves, sinó que es configuren com una font referent d'informació per a la seva pròpia interpretació del món. Ser conscients del lloc que ocupen les TIC en la vida d'adolescents i joves és molt important en la societat actual, no sols pel temps que hi dediquen, sinó perquè, com veurem en els apartats següents, les TIC tenen per als adolescents i joves una funció expressiva i identitària de primer ordre. A més, podríem dir que, en els últims anys, hem viscut una revolució tecnològica que ens presenta un nou panorama en continu procés de canvi. Si fa poc més d'una dècada els aparells preferits pels joves eren la televisió, l'ordinador, el vídeo i, en menor mesura, el telèfon mòbil (Garitaonandia *et al.*, 1998; Garitaonandia, Juaristi i Oleaga, 1999), ara les prioritats han canviat. Tot i que la televisió segueix ocupant un espai molt important, l'ordinador i internet ja competeixen directament. De la mateixa manera passa amb el telèfon mòbil, que sembla haver guanyat la partida a la resta d'aparells i s'ha convertit en el "mitjà dels mitjans" (Aguaded-Gómez, 2011).

L'ordinador, el mòbil i internet s'han convertit, doncs, en elements naturals de la cultura juvenil o *youth culture*. En els últims anys, l'ús d'internet i de la telefonia mòbil ha experimentat un creixement sense precedents. La joventut ha estat la més activa en el seu consum. Es comuniquen amb els amics a través de missatges d'aplicacions mòbils, naveguen constantment per la xarxa, fan "amics" als xats, s'informen a través dels mitjans socials i, de fet, són els que –fins i tot– poden canviar l'ús pel qual van ser pensades algunes aplicacions. En aquest context, és important preguntar-nos com afecta la incorporació de les tecnologies a la vida diària dels joves. Quins suports escullen? Per a què els utilitzen i com? Quins són els riscos i les potencialitats de les TIC? Què és i què suposa la bretxa digital? Aquestes són algunes de les preguntes que es fan institucions, anunciants, educadors o professionals de joventut i que intentarem respondre en aquest document. És necessari conèixer com cada nova generació de joves es relaciona amb les noves tecnologies i amb els mitjans en general, per la bona salut del nostre ecosistema comunicatiu actual i per la democràcia en general. Són ells els que marquen i dibuixen els usos futurs, els nous escenaris de consum de mitjans i d'informació i, en definitiva, l'avenir de la societat.

Per tractar de respondre aquestes preguntes, al primer capítol, analitzem els usos i consums de les TIC per part dels joves i presentem els trets característics de la joventut d'avui en dia en relació amb les TIC. Al segon capítol, aprofundim en el paper dual de les TIC: com a eines que aïllen les persones joves o que, al contrari, contribueixen a la seva socialització i a la construcció de la seva identitat. Al tercer, abordem la bretxa digital. Al quart capítol, repassem els riscos i les potencialitats de les TIC per a les persones joves: assetjament psicològic (*bullying*), *sexting* o addiccions, però també implicació en el canvi social o l'aprenentatge. Al cinquè capítol, introduïm la necessitat de l'educació mediàtica per aprofitar i afrontar els riscos i les potencialitats de les TIC. Finalment, al darrer capítol, presentem les principals conclusions sobre la relació entre joves i TIC, i s'introdueixen algunes recomanacions i recursos d'utilitat per a famílies, educadors i agents de joventut.



## **1. USOS I CONSUMS DE LES TIC PER PART DE LES PERSONES JOVES**

La joventut és un període de la vida que és estudiat i abordat des de múltiples disciplines científiques amb enfocaments molt diferents. En aquesta publicació ens centrem en els estudis culturals sobre la generació digital (Castells, 1996; Tapscott, 1998). Aquests estudis pretenen conèixer les interrelacions entre joves, identitat i tecnologies de la informació i comunicació. Conèixer els nostres adolescents i joves demana també conèixer els seus hàbits d'ús i consum de les TIC, amb qui "passen" gran part del seu temps.

Ja des dels primers estudis sobre la televisió i, posteriorment, sobre els nous mitjans, la relació entre joves i TIC s'ha afrontat des de dues vessants oposades: una d'optimisme i una altra d'alarmisme (Almansa, 2005; Arnett, Larson i Offer, 1995; Buckingham i Sefton-Green, 1999). Fora de l'àmbit de la investigació, també podem observar com certs actors socials adopten una postura apocalíptica enfront de les noves TIC, com és el cas dels pares (Aguaded-Gómez, 2011). Amb l'arribada d'internet, l'avenç en els dispositius tecnològics i l'aparició dels mitjans socials, les alarmes s'han disparat. Buckingham i Sefton-Green (1999) destaquen que, mentre uns apunten entusiàsticament al seu potencial com a eines per a la potenciació de la vida democràtica, altres alerten sobre els possibles problemes d'addicció, aïllament social o el sorgiment d'una ciutadania fragmentada i polaritzada. Tots dos enfocaments resulten poc útils si no van acompanyats dels matisos necessaris. L'estudi i la comprensió de les relacions entre mitjans, joventut i societat demanen una anàlisi acurada.

Tanmateix, les dues concepcions envers la relació de les TIC i les persones joves continuen sent presents avui en dia. Tal com Buckingham i Sefton-Green (1999) afirmen, hi ha les víctimes dels mitjans, els inno-

cents corromputs pels videojocs o la pornografia, i els intel·ligents, els qui s'apoderen a través de les tecnologies per crear nous mons d'aprenentatge i comunicació. Conseqüentment, trobem recerques que se centren tant en els perills (Gabino, 2004; Gomes-Franco-e-Silva i Sendín-Gutiérrez, 2014), com en les oportunitats (Domingo, Sánchez i Sancho, 2014) que poden suposar les TIC per a la joventut. En aquest context, també cal assenyalar que es revelen nous actors en la posició d'optimisme, com són els governs i les empreses tecnològiques; uns cerquen solucions a la crisi de l'educació pública i altres cerquen les oportunitats d'un nou mercat lucratiu (Buckingham i Martínez-Rodríguez, 2013).

En els últims anys han proliferat estudis que, seguint la proposta de Buckingham (1998), posen el focus en allò que fan les persones joves amb les TIC i quins usos i plaers en treuen en el seu dia a dia. Molts s'han centrat en les noves pantalles, on les xarxes socials han acabat ocupant un lloc especial. Veiem així com, en l'última dècada, han augmentat els estudis sobre els usos que fan adolescents i joves de les xarxes socials i els riscos que aquestes poden comportar (Almansa *et al.*, 2013). Aquesta tipologia d'anàlisi ha promogut reflexions al voltant de la necessitat d'una educació mediàtica per a la joventut que faciliti la convivència amb els mitjans i que promogui una actitud crítica en l'actual conjuntura tecnològica, per això al tercer capítol d'aquest informe dedicarem un apartat específic a l'educació mediàtica.

## **1.1. TIC i joves: trets característics**

En els últims anys especialment, les recerques sobre l'ús de les TIC i joves són nombroses (Castellana *et al.*, 2007; Colás, González i Pablos, 2013) i fan patent la importància de les TIC en el dia a dia de la joventut (tant en la dimensió identitària com en la socialitzadora), així com els canvis d'ús i consum que s'estan produint amb l'arribada de les noves pantalles. Les recerques alerten d'aquestes transformacions (Aguaded-Gómez, 2011; Garitaonandia *et al.*, 1999) i emfatitzen la rellevància que les noves pantalles, com el telèfon mòbil i l'ordinador, a través d'internet, estan adquirint en el context juvenil (García i Molina, 2008; Reig, 2005), que fa que arribin a convertir-se, en alguns casos, en una espècie de nova addicció. Adolescents, joves i joves adults comencen a mostrar dependència emocional de diverses tecnologies com el telèfon mòbil

(Castellana *et al.*, 2007), internet (Gomes-Franco-e-Silva i Sendín-Gutiérrez, 2014) o els videojocs (Muros *et al.*, 2013).

Una mirada a les rutines de les persones joves en relació amb les TIC posa de manifest alguns dels canvis que estem experimentant com a societat. Destaca la presència constant i ubiqua de les tecnologies de la informació i la comunicació en pràcticament tots els àmbits de la vida social i personal, que es tradueix en els trets definitoris següents: 1) hiperconnexió constant, 2) caràcter social i col·laboratiu dels consums comunicatius i 3) preeminència dels dispositius mòbils i deslocalització (Fernández-Planells i Figueras-Maz, 2014).

En relació amb el primer tret, avui en dia, podem afirmar que vivim en una societat hiperconnectada. Aquesta hiperconnexió es posa de manifest si ens fixem en l'ús intensiu d'internet que fan els joves, per sobre de la resta de la població. Així ho conclou l'Eurobaròmetre sobre l'ús de mitjans a la Unió Europea (Standard Eurobarometer, 2012). El 2012, a Catalunya, l'audiència jove de la televisió encara superava la d'internet. Però, segons l'últim informe del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (2014), l'audiència d'internet ja supera la de la televisió entre les persones de 14 a 34 anys. El ritme accelerat de les innovacions tecnològiques i la seva apropiació per part de la joventut fan que els canvis en les rutines siguin constants. Avui en dia, les dades són clares: la televisió i internet protagonitzen el dia a dia de les persones joves (Fernández-Planells i Figueras-Maz, 2012a). La televisió els permet desconnectar de la hipercomunicació i l'excés d'estímuls, mentre que internet suposa la connexió constant amb el món que els interessa. La xarxa els permet entretenir-se i socialitzar al mateix temps. No obstant això, la televisió manté una presència important en les seves vides.

Cal assenyalar, però, que els joves sovint fan un consum mediàtic caracteritzat per la multitasca (*multitasking*) (Fedele, 2011; Fernández-Planells i Figueras-Maz, 2014), fet que permet precisament aquesta connexió constant i el consum de diferents mitjans i tecnologies. Aquest policonsum o, com Casas (2007) el defineix, hiperactivitat mediàtica, es caracteritza per la realització d'activitats simultàniament durant l'ús de TIC i mitjans. Així, per exemple, mentre els joves veuen una sèrie de televisió poden estar connectats per comentar-la a l'instant. Les pràctiques de consum multitasca (*multitasking*) que porten a terme els adolescents i

joves es realitzen a través de múltiples suports o mitjans, però internet destaca per sobre de la resta (Fedele, 2011), ja que els permet estar en connexió amb el món constantment, fins i tot mentre realitzen altres activitats. Com veurem al segon capítol, algunes patologies actuals tenen a veure amb aquesta necessitat d'estar permanentment connectat, amb la por de perdre's alguna cosa que estigui passant i sigui important per al propi grup d'iguals.

En segon lloc, l'informe de *La Societat de la Informació a Espanya 2012* (Fundación Telefónica, 2012) recull el caràcter social i col·laboratiu dels consums de tecnologies entre joves. De fet, més del 60% dels espanyols navega per internet per llegir o descarregar notícies, periòdics o revistes digitals, per buscar informació sobre temes de salut, educació o cursos. Paral·lelament, s'ha produït un boom dels mitjans socials entre les principals activitats que es desenvolupen a internet. Més del 90% de les persones joves tenen una presència activa en aquestes xarxes. De fet, entre els 15 i els 24 anys és quan se'n fa un ús més habitual. En el cas dels adolescents (de 14 a 17 anys), la consultora lab Spain (2013) detecta que la penetració de les xarxes socials és encara més gran que entre la resta de joves. Només un 7% afirma no ser usuari de cap mitjà social. I, entre els diferents mitjans socials, Facebook és el més utilitzat, seguit de Tuenti, Youtube i Twitter.

L'edat d'iniciació a les xarxes socials se situa al voltant dels 12 anys, moment en què la relació amb els iguals adquireix una importància especial. Així doncs, molts tenen comptes sense tenir l'edat legal per fer-ho. De fet, amb pares que pertanyen a la generació del mil·lenni (*Net generation*) (Tapscott, 1998), cada cop l'edat d'iniciació als mitjans socials es redueix més. Fins i tot, són exposats abans de tenir un perfil propi.<sup>1</sup> Les persones joves creen maneres per subvertir les barreres institucionals, socials i tècniques del consum mediàtic i tecnològic i formen així una cultura popular juvenil. El seu ús té la funció de distanciar-se del col·lectiu adult, confirmar la seva condició de joves i transmetre missatges afirmatius entre ells (Colás, González i De Pablos, 2013). De fet, com molts pares i mares s'han incorporat a Facebook, les persones joves han començat a emprar altres xarxes que combinen funcions més enllà

---

<sup>1</sup> Recordem els murs de Facebook plens de nounats i la vida dels quals podem seguir a través de les publicacions dels seus pares fins que ells mateixos s'obren el seu perfil personal.

de la missatgeria i que no deixen empremta digital (com, per exemple, Snapchat). Les xarxes socials o les aplicacions tenen el mateix significat que pugui tenir la indumentària o l'argot, sentir-se dins d'un grup, i, en el moment que es generalitzen, sobretot entre el col·lectiu adult, perden el seu sentit identitari i, aleshores, cal buscar-ne d'altres.

En relació amb el tercer tret definitori, destaca la preeminència dels dispositius mòbils i la consegüent deslocalització. Els telèfons mòbils intel·ligents estan constantment en les mans de les persones joves com una extensió de l'extremitat superior. No és estrany trobar-se amb ells a l'ascensor, en un semàfor, en una classe a la universitat o al metro mirant fixament la pantalla del seu telèfon intel·ligent sense aixecar la mirada. Això es tradueix en què els telèfons mòbils s'han convertit en el principal suport per seguir l'actualitat entre les persones joves de 18 a 24 anys, per davant de l'ordinador (Iab Spain, 2013). També accedeixen als mitjans socials principalment amb el mòbil.

Figura 1. Tuits de joves expectants per l'emissió de la sèrie *Merlí* a La Sexta.





Malgrat l'omnipresència de telèfons mòbils i la presència cada cop més gran de les tauletes, alguns estudis<sup>2</sup> apunten que el jovent, a Espanya, encara prefereix la televisió per veure certs continguts com les sèries, el cinema o els programes d'humor. De fet, si ens fixem en els comentaris a Twitter dels joves seguidors de, per exemple, la sèrie catalana *Merlí*, ens sorprendrà observar com esperen impacients per veure la sèrie a l'aparell de televisió convencional (figura 1).<sup>3</sup> Tot i això, cada cop més, visionen continguts tradicionals en altres pantalles que no són l'aparell de televisió. De fet, nou de cada deu joves utilitzen internet, precisament, per veure la televisió i continguts audiovisuals, especialment a través de Youtube, que sembla haver-se convertit en la nova televisió d'adolescents i joves.

---

<sup>2</sup> Un cop més trobem postures contraposades que apunten a la preeminència de la televisió o, al contrari, d'internet. En tot cas, el debat significatiu està en el contingut que consumeixen a Internet.

<sup>3</sup> Resultats obtinguts en realitzar una cerca amb la paraula clau Merlí a Twitter (<https://twitter.com/search?q=Merli&src=typd>).

## 2. LES TIC: EINES D'AÏLLAMENT O DE SOCIALITZACIÓ?

Amb el naixement d'internet alguns tecnòfobs presagiaren que els adolescents deixarien de ser éssers socials (aïllament social, vulneració del dret a la intimitat o manipulació ideològica), però, amb el pas del temps, els estudis han demostrat que comunicar-se a internet significa, també, relacionar-se molt. Investigacions com la realitzada per Sánchez i Aguaded (2002: 39) conclouen que *“la comunicació a través de internet se vincula directament con el mundo relacional de los usuarios. Comunicarse en internet significa relacionarse con los amigos, hacer nuevos amigos”*. Valor i Sieber (2004: 3) també conclouen que *“gracias a Internet, los jóvenes mantienen un contacto permanente con sus amigos, conocen y establecen relaciones de amistad con personas con sus mismos intereses y aficiones, y amplían sus conocimientos y formación. En definitiva, Internet permite a los jóvenes reforzar y ampliar su campo de interacción social”*. Així doncs, el consum d'internet està relacionat, precisament, amb els interessos personals del moment: socialització amb amics, recerca d'informació per a les tasques escolars o recerques relacionades amb activitats del seu interès, com la cerca d'entreteniment (Bringué i Sádaba, 2009; Fernández-Planells i Figueras-Maz, 2012b). En aquest sentit, Morduchowitcz (2008) assegura que les pantalles no marginen les persones joves, sinó que, per contra, ajuden en la seva sociabilitat. De fet, ni tan sols serien la primera opció de les persones joves en el seu temps lliure.

Les TIC tenen, doncs, una funció social, constitueixen el que Pinando (2005) descriu com: *“alimento ‘espiritual’ de las nuevas generaciones”*. Com recull aquest autor, la joventut parlarà amb amics, discutirà i crearà llaços socials al voltant dels continguts consumits, creats i compartits a través de les TIC. Els joves, a través de la seva relació amb les TIC,

s'acosten a noves formes de sociabilitat als centres educatius, a l'àmbit familiar i a l'àmbit de l'oci, amb la qual cosa l'aïllament del jove a la seva habitació tan temut, la creació de l'*echo-chamber*, es converteix, fins i tot, en una manera de construir la seva identitat (Pasquier, 2005).

Tot i que, segons avança l'edat, internet es consolida com un mitjà d'ús individual i aïllat dins l'espai familiar o de la llar, també és l'espai on es potencia una nova forma de sociabilitat: la sociabilitat en xarxa. L'ordinador ha deixat de ser una eina per al maneig de la informació i l'entreteniment i s'ha convertit també en una eina de socialització. Internet ha passat de ser una eina per a les tasques escolars a ser, cada vegada més, una activitat social (Fernández-Planells i Figueras-Maz, 2012b). Això sí, és una sociabilitat horitzontal, amb els amics, amb els iguals (Metton, 2004).

Molts tecnòfobs han definit els joves que han crescut amb els nous mitjans com a persones centrades en si mateixes i sense valors socials, però es tracta d'una visió poc matisada. Autors com Tapscott (1998) es mostren contraris a aquests posicionaments i consideren que, de fet, els nens estan aprenent, desenvolupant-se i prosperant en el món digital. És a dir, que els i les joves han sabut explorar i explotar el vessant més social d'internet, i han aprofitat la interconnexió de la xarxa de comunicacions interpersonals i grupals que tenien ja establerta, bé amb amics individuals amb els quals mantenen contactes quotidians, bé amb desconeguts o bé amb el grup (Sánchez i Aguaded, 2002). Tal com apunta Cardoso (2009), la societat xarxa en què creixen els joves d'avui en dia permet la formació de xarxes de relació al voltant de projectes individuals o col·lectius a partir d'interessos i valors compartits.

En conclusió, les noves dinàmiques familiars, les noves dinàmiques d'aprenentatge i les noves formes de sociabilitat juvenil sols poden explicar-se a partir de les pràctiques amb les TIC. Els joves d'avui en dia utilitzen els nous mitjans i tecnologies, principalment, per comunicar-se, per entrar en contacte i establir relacions. Oblidem, doncs, el mite de la desconexió i l'aïllament dels joves. És cert que la joventut va cap a consums culturals cada vegada més individuals i personalitzats, però això no vol dir aïllament. De fet, com ja hem vist, la principal funció de l'ordinador és la comunicació, amb la qual cosa, encara que l'ús sigui individual, la funció és bàsicament social: interactuar amb altres (Morduchowitz, 2008).

## **2.1. Les TIC en el procés de construcció d'identitat de les persones joves**

Per a la majoria de joves, tal com apunta Morduchowitz (2008), la cultura audiovisual i mediàtica actual, amb un univers extremament diversificat, és el lloc des del qual donen sentit i modulen la seva identitat individual i col·lectiva i des d'on aprenen a parlar de si mateixos en relació amb els altres. Les TIC en conjunt, noves i no tan noves tecnologies de la informació i la comunicació, formen part del procés identitari de la joventut. Recentment, Liliana Arroyo (2016), a un article escrit per al CCCBLab (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona), definia internet com a "eina, mitjà i aparador" de la identitat dels joves. Però, tot i que les noves tecnologies ocupen ara un gran espai en la vida dels joves, no es poden oblidar les velles com la televisió, un mitjà al qual els joves continuen dedicant un gran volum d'hores encara avui en dia. La televisió continua sent un dels factors més importants en el desenvolupament de la identitat col·lectiva del jovent. Les dades d'audiència i de les diferents recerques demostren que els adolescents i joves continuen cercant entreteniment a la televisió i els productes de ficció seriada se solen col·locar al cim de les seves preferències televisives (Fedele, 2011; Masanet, 2015).

Són nombrosos els autors que en les últimes dècades han centrat les seves investigacions en la dieta mediàtica d'adolescents i joves i han assenyalat la importància que les sèries de ficció tenen per a ells, les quals es configuren com un dels seus formats preferits i més vistos (Almansa, 2005; Fedele i García-Muñoz, 2010; Medrano i Cortés, 2008; Romero 2005). Tot i que el consum mediàtic ha canviat, les sèries de ficció segueixen configurant-se com a producte estrella entre adolescents i joves; continuen sent una font de socialització base. Aquesta funció ara es complementa pels nous mitjans digitals, que poden esdevenir un nou espai per a la comunicació i discussió entre adolescents i joves. Aquests continuen parlant de les sèries que els agraden en persona però ara, a més, disposen dels mitjans digitals i, més concretament, de les xarxes socials per parlar dels temes i dilemes presentats a les seves sèries preferides. Els nous mitjans, a més, disposen d'avantatges com l'anonimat que els permet la xarxa per parlar de certs temes que poden ser complicats com ara la sexualitat, entre d'altres.

Un exemple recent d'aquesta funció socialitzadora i complementària de la televisió i internet és la sèrie de producció catalana *Merlí*, emesa a la Televisió de Catalunya a la tardor de 2015, que ha sigut tan àmpliament criticada com aplaudida. La sèrie ha suposat un autèntic fenomen entre el públic jove; ha estat una aposta i un exemple del poder encara omnipresent de la televisió per crear un imaginari comú i del d'internet per ampliar i debatre aquest imaginari. *Merlí* no és un cas aïllat, fa uns anys va ocupar aquest espai la sèrie catalana *Polseres vermelles* i abans ho van fer també *Física o química*, *Los protegidos* i *El barco*, entre d'altres. Totes van tenir una gran acollida entre el públic, i es van constituir com a referents mediàtics al nostre entorn cultural.

Un altre exemple és la sèrie de ficció britànica *Skins*, que ha estat emesa a diferents països i ha rebut crítiques per part dels adults i aplaudiments per part dels joves. És interessant estudiar aquests casos i buscar el perquè d'aquestes dissonàncies entre adults i joves. Masanet i Buckingham (2015) analitzen la sèrie *Skins* i els comentaris dels joves al fòrum de fans de la sèrie sobre diferents temàtiques al voltant de la sexualitat, i conclouen que aquesta pot esdevenir una font informal d'educació sexual per a adolescents i joves. Els resultats de l'estudi desvelen que algunes qüestions sobre la sexualitat plantejades en la sèrie promouen un debat en el fòrum que, en ocasions, va més enllà dels discursos establerts. Com assenyalen els autors, la sèrie ofereix a les persones joves representacions sobre la sexualitat que promouen el debat entre ells. El fòrum de fans també ocupa un espai important, ja que es perfila com un nou espai per a l'educació no formal d'igual a igual (*peer-to-peer*), que té tant limitacions com noves possibilitats pedagògiques. Per tant, d'una banda, la sèrie ofereix les representacions mediàtiques i, de l'altra, les xarxes socials ofereixen nous espais per a la discussió d'aquestes representacions i per a l'aprenentatge. *Skins* tampoc és un cas únic; altres recerques treballen aquest mateix aspecte amb sèries com *Física o química*, també molt criticada pels adults pels seus continguts sexuals (Masanet, 2015). El que veiem amb aquestes recerques és que els mitjans d'entreteniment poden constituir una font d'educació informal molt important per als adolescents i joves. L'educació formal hauria d'intentar aprofitar aquestes potencialitats i portar les sèries a les aules, i utilitzar els productes que motiven els joves per a l'aprenentatge. A més, un bon acompanyament en el visionat de les sèries ajudaria a apagar les pors dels adults.

Abans era estesa la idea que la diferència essencial entre el paper de la televisió i el d'internet com a fonts d'identitat radicava en l'emissor. Es deia que a la televisió la identitat estava representada fonamentalment per tercers, en canvi, a internet i els telèfons intel·ligents els joves es convertien en emissors i receptors al mateix temps. Aquesta realitat podríem dir que ara és diferent i molt més matisada, ja que les velles i noves TIC conviuen i, en certs aspectes, es complementen. Com ja apuntava Tubella (2004), estem assistint a una transició d'una construcció passiva de la identitat a una construcció activa. I és la convivència d'aquestes diferents pantalles el que porta a la interacció activa entre joves i TIC. És la combinació del vell i el nou el que promou la socialització i la construcció de la identitat entre iguals. La televisió ofereix la representació i la xarxa, el debat entre iguals. Martín-Barbero (2002) parla de l'aparició de subjectes dotats d'una "plasticitat" neuronal i cultural que els permet adaptar-se a contextos molt diversos. Estem, segons aquest autor, davant identitats més precàries i flexibles i de temporalitats menys llargues. Des del nostre punt de vista, el que resulta interessant és aquesta combinació entre les diferents TIC (exponent de velles i nous mitjans i tecnologies) i el paper que conjuntament poden ocupar en la construcció de la identitat de les persones joves. Així doncs, en la conformació de la identitat, els agents protagonistes d'ara estan deixant espai als nous agents. Un espai que l'estarien ocupant expressions culturals on les persones joves es tornen visibles com a actors socials. En aquest sentit, Martín-Barbero (2002) considera que el tret característic de l'actual joventut és la percepció d'una reorganització profunda en els models de socialització: *"ni los padres constituyen el patrón-eje de las conductas, ni la escuela es el único lugar legitimado del saber, ni el libro es el centro que articula la cultura"*. Els joves que sempre han afrontat la realitat i el present d'una manera diferenciada a la dels adults, amb internet i la web social han consagrat, més que mai, una experiència vital diferenciada i basada en el fet de viure el moment present.

En aquest context, construeixen part de la seva identitat a cop de clic i de compartir part de la seva esfera privada a les xarxes, amb la qual cosa creen una identitat en línia pròpia que deixa una empremta digital que perdurarà més enllà de la seva adolescència i joventut. Amb joves que han crescut sota la influència de les noves TIC, les fronteres entre l'esfera pública i la privada queden desdibuixades i és complex definir on acaba una esfera i comença l'altra. Participar a la xarxa, malgrat no

tenir un cost econòmic real, implica una transacció: dades (dels joves usuaris dels mitjans socials) per a un servei (aplicacions, xarxes socials, etc.). En molts casos, les persones joves no són conscients d'aquesta transacció i exposen la seva vida privada, el seu procés de construcció d'identitat, a la xarxa de manera impulsiva, sense cap tipus de filtre ni de consciència sobre les possibles conseqüències que pot tenir en un futur no tan llunyà (cerca de feina, viralització de continguts, ciberassetjament, etc.), ansioses per obtenir una interacció instantània (els M'agrada, els retuits o els comentaris –en positiu–).

Per altra banda, assistim a un discurs en què se celebren en excés les virtuts de l'audiència activa. Per això, es fa especialment necessari preguntar-se sobre com aquestes transformacions s'han integrat en la vida, en els hàbits diaris i també en les lluites socials i polítiques: quin és el tipus de participació més estesa? Quin percentatge explota més intensament les possibilitats de crear contingut únic i original? Com influeixen les noves possibilitats d'interacció i creació sobre el consum de continguts de l'audiència? I sobre la participació i el debat polític? Quines són les característiques del procés comunicatiu actual i el paper de les audiències?

## 3. QUÈ PASSA AMB LA BRETXA DIGITAL?

El 2003, el punt número 10 de la Declaració de principis de la Cimera Mundial de la Societat de la Informació a Ginebra, ja feia referència a la bretxa digital o *digital gap*: “Som plenament conscients que els avantatges de la revolució de les tecnologies de la informació estan en l’actualitat distribuïdes desigualment entre els anomenats països desenvolupats i els que estan en desenvolupament, així com dins de les societats. Es-tem plenament compromesos a convertir la bretxa digital en una oportunitat digital per a tots, especialment per a aquells que corren perill de quedar endarrerits i encara més, marginats” (UIT, 2003).<sup>4</sup>

Està àmpliament generalitzat referir-se a la bretxa digital per parlar de les desigualtats tecnològiques entre països rics i països pobres, entre el món rural i l’urbà, entre l’accés a la tecnologia i el no-accés. Quan es parla de bretxa entre els països o societats amb accés a les tecnologies i els que no en tenen, entre els que tenen informació i els que no en tenen, els que saben i els que no, els que fan, creen i els que no, sovint l’atenció se centra en les diferències entre el nivell de difusió i el nivell d’incorporació d’internet i tecnologies en les diferents àrees del planeta. A cop d’ull, les estadístiques mostren diferències significatives en funció del desenvolupament econòmic de cada regió. És l’anomenada segregació digital (Tapscott, 1998) o bretxa digital que comporta una millora de les vides de certs ciutadans per a l’accés a la tecnologia, però que també segrega els que no en tenen.

La difusió d’una nova tecnologia, generalment, s’interpreta com una alternativa de desenvolupament social equitatiu. No obstant això, els

---

<sup>4</sup> La traducció és de les autores.



resultats s'allunyen d'aquesta afirmació. Autores com Borgaminck i Baquerín (2003) consideren que internet no té una difusió homogènia i, per tant, aprofundiria en les diferències entre els actors socials. Aquestes autores se centren en l'accés a la tecnologia com a determinant de les desigualtats i creadora de la bretxa digital: amb un mateix nivell d'educació, s'establirien noves distàncies entre els que tenen la possibilitat d'accedir a internet i els que no la tenen, i també entre persones de diferents nivells socioeconòmics, especialment en l'etapa d'introducció d'una nova tecnologia. En aquest sentit, als inicis d'internet, Castells (2001) ja apuntava que aquesta tecnologia provocaria nous tipus de diferenciació social segons la riquesa econòmica i el nivell d'educació. Aquesta distinció entre capes es dona entre països, però també dins una mateixa societat.

Rodríguez (2006) investiga el fenomen de la bretxa digital a tot el món i classifica els seus determinants en tres blocs: 1) l'econòmic, en el qual influeixen els ingressos econòmics, el cost de la tecnologia i el cost de la connexió a internet; 2) el demogràfic, en què influeix el gènere, l'edat i l'origen ètnic, i 3) els determinants culturals, entre els quals enumera la llengua en què està la informació, el nivell d'educació, la participació civil, la marginació social i de classe i la taxa de lectura de cada país.

L'*economia digital* (Tapscott, 1998) fomentaria així una societat dividida en dues capes: els que disposen d'informació i els qui no. Tapscott arriba a parlar d'*apartheid d'informació*. Tanmateix, des d'un enfocament de la bretxa purament tecnològic, el no-accés de la tecnologia a les llars, avui en dia, és contrarestat per punts d'accés públics: locutoris, cafès o xarxes obertes de Wi-Fi, centres educatius o d'esplai, entre d'altres. On queda llavors la bretxa digital? Què passa un cop hi tenim accés? Podem parlar d'un altre tipus de bretxa o de la vertadera bretxa? No es tracta només de no tenir-hi accés, el més important és què es fa amb aquest accés.

Martín-Barbero puntualitza la visió centrada exclusivament en l'accés a la tecnologia, assegura que *"no es la tecnología la que crea desigualdad, la tecnología lo que hace es reforzar la exclusión que la propia sociedad genera en sus relaciones para mantener el poder y el saber en su sitio y reproducir la sumisión"* (Martín-Barbero, 2008: 38). En aquest sentit, Enguita (2010) diferencia entre "logoricos" i "logopobres" en funció de

les desigualtats en la creació de coneixement o no. És a dir, entre els –logoricos– que obtenen inicialment una bona educació i la van millorant a través d'altres eines (educació informal, treball, etc.) i els –logopobres– que s'estanquen en l'educació, a la feina i a la vida. En aquesta direcció, Borgaminck i Baquerin (2003) ja puntualitzaven anys abans que, per assimilar un nou mitjà, és necessària l'alfabetització de l'usuari, tal com hem anat introduint en aquest text i aprofundirem en l'apartat següent sobre el paper de l'educació mediàtica.

### **3.1. En quin punt ens trobem?**

És interessant veure com, encara avui, institucions d'Espanya i d'Europa se centren en l'accés a la tecnologia per estudiar la bretxa digital. Així, per exemple, l'Institut Nacional d'Estadística ofereix dades sobre la bretxa digital de gènere analitzant-la a través de l'ús de l'ordinador, d'internet, de la freqüència d'ús i de les compres per internet. En aquest sentit, a l'Estat espanyol, molts dels estudis sobre la bretxa digital se centren a mesurar la bretxa de gènere, entre homes i dones. Així, l'observatori e-igualdad ([www.e-igualdad.net](http://www.e-igualdad.net)), després d'analitzar les diferències en l'accés a les TIC, la intensitat d'ús i les aplicacions utilitzades, conclou que, entre 2009 i 2011 es redueix la bretxa digital entre homes i dones a l'Estat espanyol.

Per altra banda, recentment, l'Eurostat va presentar un informe sobre la bretxa digital a la Unió Europea. Tot i que l'estudi se centra en l'accés a internet, es pot extreure que a Espanya la bretxa digital s'ha fet més present arran de la crisi. De fet, tot i que entre 2006 i 2014 el nombre de persones que no utilitzen mai internet ha passat d'un 48% a un 21%, aquesta dada encara se situa fins a tres punts per sobre de la mitjana europea. I, encara més, això suposa allunyar-se de l'objectiu fixat per l'Agenda Digital Europea, que volia que aquest percentatge no superés el 15%. Evidentment, rere aquest percentatge d'accés el que trobem són factors tant econòmics com socials.

Malauradament, molts dels esforços per lluitar contra l'anomenada bretxa digital s'han centrat, i encara avui se centren exclusivament, en l'aspecte tecnològic. Així, observem com han sorgit iniciatives centrades exclusivament en la distribució de la tecnologia. És el cas de projectes com

*One laptop per child*, finançat per l'Institut Tecnològic de Massachusetts i àmpliament estès a l'Amèrica Llatina però també a Catalunya. El projecte oferia portàtils a 188 dòlars a escoles de tot el món. El problema, en aquests casos, és si els sistemes educatius dels països que s'acullen a aquests programes estan preparats i si amb la tecnologia només es pot solucionar un problema molt més complex que el de l'accés a un ordinador. A Catalunya i a Europa també s'ha apostat per aquest tipus de programes centrats en la dimensió tecnològica, com el programa 1x1 a centres d'educació de Catalunya que va començar l'any 2009 i va quedar congelat l'any 2011 als centres públics. De fet, la majoria d'estudis que analitzen la bretxa digital a Catalunya se centren en l'àmbit educatiu i ofereixen dades sobre la incorporació de les TIC a l'educació, en molts casos, en relació amb el programa 1x1, d'un ordinador per alumne.

Tot i l'impacte previst d'aquests programes, en els últims anys, els estudis que analitzen els efectes en l'educació dels programes impulsats per disminuir la bretxa digital i educativa a través de l'accés als ordinadors a les escoles, han conclòs que no es nota una millora significativa en els resultats acadèmics dels beneficiaris d'aquests programes (Severin i Capota, 2011; Weston i Bain, 2010; Laura i Bolívar, 2009). Així, a un estudi realitzat amb alumnes de secundària a Lima i a Barcelona d'un nivell socioeconòmic similar (Fernández-Planells i Figueras-Maz, 2012b), ja apuntàvem que, un cop superat l'accés, la bretxa no la trobem entre països amb un desenvolupament econòmic diferent, sinó entre els diferents nivells socioeconòmics dins dels mateixos països i entre generacions: entre professors (adults) que no saben com aprofitar totes les potencialitats dels mitjans i alumnes (joves) que saben utilitzar-les tècnicament però els manca un altre tipus de capacitació (esperit crític, etc.) i d'educació mediàtica.

Amb els resultats a la mà, s'ha de qüestionar l'eficàcia de la política d'inversió en tecnologia. Les noves polítiques en l'àmbit de les tecnologies educatives han de fer un pas més enllà, i no centrar-se exclusivament en el component tecnològic, i aportar solucions que treballin en l'entramat social de cada país i que s'adaptin a les seves realitats específiques. S'ha fet palesa la necessitat d'una orientació correcta més enllà de capacitacions tècniques sobre programes i més enllà d'un control patern. S'ha d'implementar un ensenyament crític en i amb internet i la resta de mitjans a través d'una metodologia activa. No només s'ha d'incorporar

l'educació audiovisual, sinó que l'educació mediàtica o transmediàtica –l'anomenada *transliteracy* (Frau-Meigs, 2012)– també ha d'arribar als centres educatius formals i informals i a les llars.

De fet, si ens centrem exclusivament en l'accés a les TIC, sembla que, a Catalunya, la bretxa digital va reduint-se gràcies a la universalització de l'accés a internet i a l'abaratiment de les TIC. Però cal anar més enllà de l'accés. Si deixem en un segon pla l'accés i ens centrem en el tipus d'ús, és quan ens trobem amb la veritable bretxa.

Aquests matisos ja els trobem a l'últim informe sobre la bretxa digital a Barcelona (*Mobile World Capital*, 2016), que descriu aquest fenomen com: “la desigualtat entre les persones que poden tenir accés o co-neixement en relació amb les noves tecnologies i les que no”. Aquest terme també fa referència a les diferències entre grups segons la seva capacitat per utilitzar les TIC de manera eficaç”. L'informe diferencia així tres tipus de bretxa: 1) d'accés, fa referència a la possibilitat d'accedir a la tecnologia o no; 2) d'ús, es basa en les persones que saben o no saben utilitzar la tecnologia, i 3) de qualitat de l'ús, que es fonamenta en les capacitats que té cada persona per utilitzar les eines que ofereix la xarxa. Es fa, per tant, una aproximació molt més complexa i matisada, més ajustada a les relacions de la tecnologia amb la societat.

Els resultats conclouen que, en el cas de Barcelona, tot i que la investigació que s'ha fet destaca que el fenomen digital ha assolit un alt grau de transversalitat entre els ciutadans de la ciutat, els barris fan aflorar la bretxa territorial a Barcelona amb un ús i accés a internet desigual entre la ciutadania. Segons aquest informe, les variables que determinen la bretxa digital entre els ciutadans de Barcelona són: l'edat (joves *versus* adults de més de 60 anys), el nivell educatiu (especialment, entre el segment amb menys estudis i la resta de la població) i el nivell de renda (amb referència a l'accés i els usos). Per contra, el sexe o la nacionalitat no influeixen en la bretxa digital, segons aquest informe. Veiem, doncs, com es confirma que la bretxa està més vinculada al factor generacional i al factor educatiu. Una bona educació mediàtica, com veurem a continuació, és la base per lluitar contra la bretxa digital, així com per combatre els riscos de les TIC i potenciar les oportunitats que aquestes tecnologies ofereixen als joves i a la societat en general.



## 4. RISCOS I POTENCIALITATS DE LES TIC

Els estudis sobre joventut i mitjans s'expressen tant amb arguments positius com negatius respecte de la interacció entre joves i TIC en les distintes àrees de la vida de les persones joves. Així, les noves tecnologies presenten riscos i potencialitats en la construcció de la identitat de les persones joves, la seva socialització i el seu desenvolupament en l'entorn de l'educació formal.

Tal com hem vist a l'apartat anterior, el paper de les TIC en la construcció de la identitat de les persones joves és un exemple d'aquesta doble vessant (risc o potencial) de les tecnologies. Per exemple, tal com Martín-Barbero (2008) destaca, les tecnologies possibiliten aprofitar l'anonimat per escapar de les constriccions socials de la identitat individual mitjançant la invenció d'un altre jo a través del qual experimentar la llibertat. Tanmateix, la paradoxa és que, alhora, aquesta mateixa tecnologia pot derivar en una il·lusió d'autonomia irreal, lluny de la realitat de la vida social. Amb això, doncs, veiem com amb l'aparició d'internet neix un nou espai on les persones joves poden experimentar amb noves sensacions i noves formes de relacionar-se –amb el risc que això pugui suposar. Ara poden mantenir un contacte continu, no només amb amics, sinó amb nous amics que puguin conèixer a través de la xarxa i les seves eines –xats, fòrums i xarxes socials, entre d'altres. Internet els permet explorar el propi jo i definir-se com a individus independents. La interacció els fa créixer i reforça la seva autoconfiança en exigir-los desenvolupar i definir valors, exercir el judici, analitzar, avaluar, criticar o ajudar.

Però és precisament en la socialització a la xarxa on trobem un dels grans temors dels adults: les amistats noves d'adolescents i joves a la xarxa i el tancament dels joves a la llar o l'habitació. Aquestes pors són

fomentades, fins i tot, pels mateixos mitjans: a la televisió podem trobar programes com *Catfish*,<sup>5</sup> un programa sobre les mentides relacionades amb la identitat de les persones en les relacions a través de la xarxa. En la versió d'aquest programa per a l'Amèrica Llatina, el presentador, Sebastián Parra, defensa aquest tipus de programes: "*Es entretenimiento y educación, una combinación difícil de lograr en TV. Al mismo tiempo que nos divertimos con estas historias –algunas trágicas, algunas de amor–, la gente puede aprender que se tiene que blindar de alguna forma en redes sociales, porque siempre hay alguien que vive de hacer daño a los demás*".<sup>6</sup> Són realment educatius aquests programes? És el missatge de la por, el més adequat?

El problema a l'hora d'afrontar aquest tipus de perills i pors vinculats a les noves tecnologies és que es tendeix a generalitzar ("la majoria menteixen a la xarxa") i que la resposta, de vegades, sol ser coercitiva i ve de la mà dels adults i en formats d'adult. Per exemple, a Catalunya, les eines per moure's de manera segura per la xarxa sovint no les transmet un especialista en educació mediàtica o un tècnic de joventut especialitzat en aquests temes, sinó els cossos de seguretat policial. Tot i que, evidentment, hi ha excepcions i que els cossos de seguretat fan una feina molt necessària, les recomanacions habitualment vénen des del punt de vista del delictes, la qual cosa pot fomentar la por a centrar-se en el punt de vista de la víctima. Caldria complementar aquesta visió amb un enfocament més constructiu aportat per altres perfils més vinculats al món relacional de la joventut, i no sols des de l'escola, sinó també des dels espais d'educació informal com els centres de lleure, els serveis de joventut i des de les mateixes famílies.

Tot i el risc de la mentida i la falsedat de perfils o experiències de vida per a adolescents i joves, en molts casos és més fàcil expressar-se a través d'internet que en el cara a cara, i parlar de si mateixos amb més autenticitat. Moltes vegades, aquesta facilitat és determinada per la possibilitat de l'anonimat que els ajuda a parlar sobre temàtiques que els preocupen amb més llibertat. És el cas de temes relacionats amb la sexualitat o les drogues. Serveis de joventut impulsats a la xarxa estan

<sup>5</sup> Programa de telerealtat nord-americà del canal MTV sobre les veritats i les mentides de les relacions en línia. El programa es basa en el documental de 2010 *Catfish* i el presenta Nev Schulman.

<sup>6</sup> Font: notícia sobre l'estrena del programa (<http://www.latercera.com/noticia/entretencion/2014/09/661-596956-9-catfish-el-popular-reality-de-mtv-estrena-version-en-espanol-que-incluye-caso.shtml>).

treballant aquests àmbits de manera que impliquen els joves amb un llenguatge proper a través de les TIC. Trobem així, per exemple, eines perquè els joves mesurin el seu consum mensual d'alcohol, on poden preguntar sobre malalties de transmissió sexual o on poden informar-se de les conseqüències del consum de drogues a través d'una interfície amigable que parteix del joc i que busca implicar el jovent. Més enllà dels serveis de joventut, també poden trobar espais a la xarxa on parlar d'aquests temes entre iguals (com, per exemple, els fòrums en línia). En aquests casos no és l'adult o expert, coneixedor del que és correcte o no ho és, qui els dona les eines i pautes per trobar resposta a les seves preguntes, sinó que són ells mateixos, a través del debat i la discussió entre iguals, els qui troben les solucions, o, si més no, les busquen conjuntament mentre reflexionen sobre les temàtiques que els preocupen. Aquests debats es donen gràcies a l'espai que proporcionen les TIC, on l'anonimat passa a ser un factor clau. Aquestes experiències són un bon exemple de la vessant positiva de les TIC. Per què no fer el mateix i enfrontar de manera similar les problemàtiques que poden derivar-se d'un mal ús de les TIC (ciberassetjament (*ciberbullying*), addicció, etc.)?

Hampton (2005) sosté que la comunicació mitjançant ordinador ajuda a superar obstacles per a la interacció dins dels models de relacions existents. En comptes de transformar espectacularment la nostra forma de vida, les noves tecnologies de la societat a la xarxa tenen un impacte subtil, faciliten la interacció i la coordinació (Hampton i Wellman, 2002). Cardoso (2009) també considera que internet, juntament amb la resta de TIC, facilita la socialització del projecte personal a través de la xarxa. És a dir, que integra més que desintegra. Internet és, doncs, un mitjà on es potencien i complementen les relacions socials i on les persones joves es relacionen amb els seus companys o amics que s'han vist al centre educatiu aquell mateix dia (escola, institut, universitat) o a la feina, amb amics en la distància o amb noves amistats. Ara bé, com hem vist, les noves amistats poden arribar a l'altra punta del planeta. Això pot provocar el que alguns autors han definit com la *cultura de l'habitació* (McRobbie i Garber, 1975; Feixa, 2006; Livingstone, 2004). Morduchowitz ho descriu perfectament: "*si la frontera, hace una década, era la puerta de la casa, en los últimos años apareció una nueva frontera: la puerta de la habitación, que separa el espacio colectivo del individual dentro del hogar*" (Morduchowitz, 2008: 51).



Tanmateix, amb la introducció dels dispositius mòbils, aquesta frontera es desdibuixa i l'espai privat dels joves pot veure's reduït (o ampliat, segons com es miri) a l'espai entre la seva mirada i la seva mà dins els múltiples espais: la seva habitació, el bany, el racó del sofà al saló o el seient del transport públic. Actualment estem allunyant-nos de la imatge de la família davant la televisió; han aparegut noves pantalles fixes i mòbils que estan transformant les pràctiques socials i familiars. Per tant, tot i que és cert que la cultura de l'habitació i l'equipament tecnològic han permès que els joves aconseguixin més autonomia i un consum més individual (Morduchowitz, 2008), els espais es divideixen i mesclen alhora: els joves poden estar en un espai individual (habitació) i compartir una conversa col·lectiva (a la xarxa), o estar en un espai col·lectiu (al saló) amb una conversa de dos (a través d'una aplicació de missatgeria instantània).

#### **4.1. La doble vessant de les TIC**

Com hem vist fins a aquest punt, un ús adequat, crític i format de les TIC pot portar grans avantatges a les persones joves i la ciutadania en general, però també se'n deriven aspectes negatius. A continuació recollim exemples d'aquesta dualitat:

En la **vessant positiva**, la interacció entre joves i TIC pot comportar:

- **Millora en les relacions socials de les persones joves.** Internet forma part de la construcció de la identitat del jove i de la construcció de relacions socials. En alguns casos, fins i tot, supera complexos o limitacions a l'hora d'expressar-se en el cara a cara físic.
- **Aporta noves habilitats** que poden adquirir de manera activa i que són i seran necessàries en el seu dia a dia personal i laboral. Treball en equip, comunicació en xarxa, consecució d'objectius, creativitat, emprenedoria o apoderament són algunes de les habilitats que poden adquirir a través de les TIC.
- L'actitud activa que requereixen les noves eines TIC contribueix a **potenciar les capacitats creatives i de resolució de conflictes** de les persones joves.

- **Augmenta la implicació de les persones joves en la millora de la societat.** A través de la col·laboració en línia augmenta el coneixement col·lectiu i la participació dels joves en processos de millora social. Enfront dels qui analitzen la relació entre joves i TIC i conclouen que es creen joves narcisistes, mandrosos i poc implicats en la societat on viuen, hi ha els qui consideren que les TIC permeten a la joventut adquirir un esperit crític a través de l'accés a la informació, la potenciació del debat i la creació de continguts. Els esdeveniments dels últims anys semblen apuntar al fet que hi ha una implicació del jovent en la nova política i els nous moviments socials en xarxa, com el Moviment 15-M a Espanya, *Occupy* als Estats Units o, el més recent, l'*Umbrella Movement* a Hong Kong. Vinculades a les noves mobilitzacions i a les TIC, assistim al naixement de plataformes virtuals de debat i creació de continguts ciutadans, des de les més polititzades (Plaza Podemos, per exemple) fins a d'altres més vinculades a l'humor (com l'aplicació 9GAG, amb un gran èxit als Estats Units però que ràpidament està augmentant les seves audiències a Europa).
- **Aparició del jove *produser*.** Les fronteres entre consumidor i creador estan difuminant-se. La joventut es connecta cada dia a les xarxes socials i, a través d'aquestes, té coneixement de les seves notícies. Això revoluciona les maneres d'accedir a la informació i de participar en el debat públic.

Malgrat tots els avantatges que trobem en l'ús de les TIC per part de les persones joves, no podem obviar aquí que, com en molts altres aspectes de la vida, hi ha també **efectes adversos**; el que en el cas dels medicaments anomenariem *efectes secundaris* i que, tot i afectar una part reduïda dels usuaris, són una realitat a la nostra societat:

- **Aïllament físic.** En alguns casos, les TIC poden potenciar conductes antisocials i aïllament a la llar o a l'habitació.
- **Addicció a les TIC o ludopatia.** Cada dia més, apareixen noves addiccions entre les persones joves. Lligades a les noves tecnologies, observem conductes addictives i obsessives en el seu ús: joves connectats continuament, que consulten el mòbil constantment, imaginant fins i tot que ha sonat o vibrat sense que ho hagi fet, pendents de l'actualització constant de les xarxes socials, etc. També hi ha jo-

ves que comencen a patir trastorns relacionats amb la ludopatia. De fet, en els últims anys s'ha incrementat notablement el nombre d'adolescents i joves addictes als videojocs o jocs en línia –un nombre molt més elevat que en el cas dels adults afectats– que han hagut de ser tractats per especialistes. I ja no és estrany trobar notícies que alerten d'aquestes ludopaties entre els joves a la premsa.<sup>7</sup> En aquest cas, l'anonimat citat que els joves poden trobar a la xarxa i que propiciava espais d'aprenentatge i construcció de la identitat es gira en contra, ja que s'ha convertit en l'aliat dels adolescents: els facilita l'accés als espais d'apostes.

- Derivada d'aquestes addiccions i actituds compulsives sorgeix la necessitat constant d'exposar la vida personal a les xarxes, cosa que, al seu torn, pot implicar cert **narcisisme**. Hi ha la preocupació constant per saber què pensen els altres de nosaltres i de tractar de modificar les opinions a través de la interacció i l'exposició constant als mitjans socials.
- **Ciberassetjament** en tres variants: a) les accions que s'emprenen sobre una altra persona a qui és vol marginar, ferir i assetjar (*cyber-bulling* o assetjament digital escolar); b) el ciberassetjament d'adults a menors (*grooming*), o c) l'assetjament sexual dintre de la parella (ciberassetjament en les relacions afectives).
- El **sexting** es produeix quan els joves –menors o no– comparteixen contingut sexual o explícit com fotografies o vídeos a través de la xarxa. Es tracta d'una pràctica que s'ha anat popularitzant entre adolescents i joves i que pot comportar conseqüències psicològiques greus. A més, amb les noves eines de missatgeria com Snapchat, que no deixa empremta digital, aquestes pràctiques guanyen popularitat. De fet, en els últims anys s'han incrementat els estudis que cerquen els motius d'aquesta mena de pràctiques entre els adolescents i joves i una de les principals causes és la popularitat entre el grup d'iguals (Vanden *et al.*, 2014).

<sup>7</sup> <http://www.lavanguardia.com/vida/20140413/54405725221/triplican-adolescentes-adictos-videojuegos.html>.  
<http://www.elmundo.es/espana/2014/10/30/54515869268e3e23258b4571.html>.  
<http://www.lavanguardia.com/vida/20140214/54401290956/advierten-que-la-ludopatia-de-juego-online-afecta-a-3-jovenes-por-cada-adulto.html>.  
<http://www.elmundo.es/pais-vasco/2014/01/25/52e3fc87e2704e954f8b4575.html>.

- **Potenciació de la violència de gènere entre les parelles joves.** A través del telèfon, del correu electrònic, de la xarxa o dels mitjans socials apareixen noves modalitats per exercir la violència de gènere. Les afectades són, principalment, les dones joves. No sols es tracta de missatges amenaçadors, sinó que les formes de control s'han incrementat a causa de les característiques dels nous mitjans socials (última connexió al WhatsApp, missatge llegit a aplicacions mòbils o a plataformes socials com Facebook), la suplantació d'identitat o *pishing*, les trucades i missatges constants, etc. No és que les TIC promoguin aquestes pràctiques, però les seves característiques, com la connexió constant, faciliten que es produeixin. I la solució no és limitar el seu accés, sinó apoderar les joves per utilitzar-los correctament i també educar els nois i noies en la prevenció de les relacions abusives en general.
- **Petjada digital i pèrdua de privacitat.** Es tracta de la informació que queda registrada a la xarxa sobre els joves usuaris, tant la creada per un mateix com per altres. La petjada pot ser positiva o negativa, depenent del contingut compartit. En cas de ser negativa, pot estar lligada al nom de la persona afectada per sempre i afectar la seva vida en aspectes tan importants com el laboral. Tot i que cercadors com Google ja permeten demanar que s'esborrin certs continguts, la realitat és que se n'esborren molt pocs. Sols s'esborra determinada informació personal que impliqui un risc important de robatori d'identitat, frau financer o un altre tipus de danys específics, la qual cosa no inclou fotos o vídeos de contingut compromès. Cal posar l'accent en la prevenció i en la importància de la privacitat a la xarxa.
- **Bretxa digital.** La incorporació ràpida de les noves tecnologies en el dia a dia de les persones joves pot comportar una bretxa entre les que en tenen (la tecnologia) i les que no en tenen, entre les que hi tenen accés i les que no n'hi tenen, entre les que tenen les eines per fer un ús enriquidor de les TIC i les que no les tenen, entre les que en tenen el coneixement i les que no el tenen.
- **Sobredosis d'informació.** La mancança de recursos per portar a terme una selecció de continguts correcta pot comportar saturació informativa. Aquesta saturació pot anar acompanyada de la consulta de continguts no aptes per l'edat de la persona jove o el consum de contingut delictiu per part de joves adults.

- **Malalties** derivades de l'ús addictiu de les TIC: problemes musculars, problemes visuals, etc. estan entre els efectes físics adversos de les TIC.
- Facilitat de **trastorns psicològics**. Les TIC poden facilitar certs trastorns psicològics, ja que, a través d'internet, es pot accedir a continguts negatius. És el cas, per exemple, de l'anorèxia i la bulímia. Recentment, un estudi elaborat per un equip de metges i experts a instància de la Taula de diàleg per a la prevenció dels trastorns de la conducta alimentària, ha detectat que el 60% dels pacients d'anorèxia i bulímia busquen en la seva primera cerca a internet continguts no saludables.

## 5. EINES PER AFRONTAR ELS RISCOS I APROFITAR LES POTENCIALITATS DE LES TIC: L'EDUCACIÓ MEDIÀTICA

L'adopció d'alguns dels termes per referir-se a les persones joves que han crescut sota la influència de les TIC –mil·lenista (*millennials*), nadius digitals, generació del mil·lenni (*Net generation*), etc.– s'ha fet, en ocasions, des d'una perspectiva excessivament optimista, de manera que han entès que el simple fet de ser nadiu digital (Prensky, 2001) garanteix les capacitats necessàries per fer front a l'entorn comunicatiu d'una manera òptima. Aquesta visió s'emmarca en una concepció instrumental de la tecnologia i és, per tant, molt reduccionista. Per tenir una formació completa en l'àmbit mediàtic i poder fer front de manera òptima al nou context mediàtic es requereix un aprenentatge que integri les diverses perspectives que conflueixen en la relació entre individu i entorn comunicatiu en tots els seus àmbits. En aquesta línia, estudis recents (Ferrés, Masanet i Blanco, 2014; Ferrés, Masanet i Marta-Lazo, 2013, 2014; Ferrés, 2014) assenyalen la necessitat de posar l'accent de l'educació mediàtica en l'educació emocional, dels valors i de les actituds, en consonància amb les troballes de la neurociència: *“Si el objetivo de la educación mediática es la optimización de las relaciones entre unas pantallas y unas personas que interaccionan con ellas, no es adecuado que las modificaciones incorporadas en ella durante las últimas décadas provengan, únicamente, de las transformaciones producidas en las pantallas, y no de los cambios en torno al conocimiento de los procesos mentales de las personas. Los cambios neurológicos son tanto o más importantes que los tecnológicos”* (Ferrés et al., 2014: 216).

Destaca, per tant, la necessitat de renovar la concepció de l'educació mediàtica. Una renovació que porti l'educació mediàtica a centrar-se en l'experiència i l'actitud i no sols en el saber. En els últims anys, les recerques que investiguen les relacions que els nadius digitals establei-

xen amb les tecnologies deixen fora les aportacions de la neurociència sobre els processos mentals de les persones que interaccionen amb els mitjans. Tot i que es tracten d'estudis imprescindibles, cal que s'ampliïn les línies d'investigació, que vagin més enllà de l'àmbit tecnològic i facin front a tot l'entorn comunicatiu i, en especial, als aspectes emocionals, els valors i les actituds. Cal establir mecanismes que supleixin aquestes mancances i, per fer-ho, són necessàries les recerques que estudiïn si les persones joves han rebut una educació mediàtica per fer una anàlisi crítica dels missatges que reben i un ús compromès i responsable dels mitjans.

En l'àmbit internacional, des de fa anys s'estan fent investigacions en aquest sentit.<sup>8</sup> Cada vegada hi ha més estudiosos que es preocupen per l'educació mediàtica de les persones joves i de la societat en general. A l'àmbit espanyol cal destacar una iniciativa pionera en aquest camp: la investigació titulada *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España* (2011) partia de la convicció que és necessari avaluar les competències mediàtiques de la ciutadania per ser conscients de les mancances en aquest àmbit: “*Se podría hablar quizás de un círculo vicioso: no se evalúan las competencias en educación mediática porque estas competencias no se enseñan. Pero, a su vez, probablemente no se enseñan porque, al no ser evaluadas, no hay conciencia de las carencias que existen en este ámbito*” (Ferrés et al., 2011: 11). Els resultats revelen mancances greus entre adolescents i joves a Espanya en relació amb el seu grau de competència mediàtica, entesa com la capacitat per interpretar missatges de manera reflexiva i crítica i per expressar-se, mitjançant diversos codis, amb uns mínims de correcció i creativitat. Els i les joves responen satisfactòriament en les qüestions relatives a la tecnologia, però en les qüestions relacionades amb la resta de dimensions, mostren greus limitacions. Cal destacar els mals resultats obtinguts en la dimensió de la ideologia i els valors, atesa la importància que té per a l'autonomia personal dels ciutadans. Aquestes dades alerten de la necessitat d'incidir en la capacitació dels joves per tal que descobreixin la ideologia i els valors latents en els missatges

<sup>8</sup> Per exemple, les experiències portades a terme al Canadà a través del Media Smart, a Nova Zelanda amb el centre de recerca Mediascape o a Austràlia a través de l'Australian Council on Children and The Media. A Europa, cal destacar el treball de Bazalgette i Buckingham amb projectes com el *Children's Media Culture: Education, Entertainment and the Public Sphere* (ESRC) i *Pokemon and Children's Global*. I a França, el treball de Jacquinot, Gonnet, Bevort i Frau-Meigs al Centre de Liason d'Education et Moyens d'Information ha estat clau durant més de 20 anys.

i també en la qüestió de les actituds crítiques, no sols del pensament crític (Masanet *et al.*, 2013).

Per tant, resulta especialment rellevant atendre nens i adolescents. La preocupació social per aquests col·lectius s'ha manifestat a través de la legislació.<sup>9</sup> És evident la preocupació pels missatges que els menors reben dels mitjans de comunicació i és igualment evident que el control d'aquests no és gens fàcil. En qualsevol cas, més enllà de les mesures proteccionistes, es necessiten mesures educatives. Els nens i adolescents no sols han de ser protegits, sobretot, han de ser dotats d'habilitats per interaccionar amb els mitjans d'una manera madura i autònoma. En això ha de consistir l'educació mediàtica.

En definitiva, tot i que els i les joves no són receptors passius enfront de les TIC, com han demostrat diverses investigacions, continuen necessitant una base educativa per desenvolupar una actitud crítica i una consciència vers els perills i les oportunitats de les TIC. Ara bé, l'educació mediàtica és important no sols per a nens, adolescents i joves, també per al conjunt de la societat.

---

<sup>9</sup> La Llei general de la comunicació audiovisual d'Espanya, aprovada el 2010, neix amb la voluntat d'ordenar i regular el panorama audiovisual, en vista dels canvis que aquest ha patit. En aquesta Llei s'observa una preocupació pels continguts que ofereixen els mitjans de comunicació i es dedica una atenció especial a la protecció dels menors, ja que es presenten com el sector social més desprotegit enfront dels mitjans de comunicació. També hi ha nombrosos documents i codis deontològics que demostren el compromís ètic dels mitjans. Per tant, cal regulació i també autoregulació.





## 6. CONCLUSIONS I ORIENTACIONS PER A LES INTERVENCIONS EN JOVENTUT

Prensky (nadius digitals), però també Tapscott (*Net generation*) o Strauss (*millennials*), parteixen de la idea que els joves estan dotats amb una capacitat avançada per entendre i utilitzar les tecnologies digitals que, a la pràctica, no tots semblen tenir. Els joves tenen un bon coneixement bàsic de com funcionen els dispositius i el programari, però els resulta tan difícil com les generacions més grans entendre com funciona l'ecosistema social. Tot i que es tracta d'una expressió molt generalitzada, ens agrada més la classificació de *visitants* i *residents* digitals de White i Le Cornu (2011), que és una definició que no es basa en la data de naixement, sinó en el comportament, la motivació o l'experiència tecnològica.

Bennett *et al.* (2008) assenyalen que cap estudi ha demostrat que els nadius digitals són, *a priori*, més competents en l'ús de la tecnologia: el nivell d'habilitat es basa en la capacitat d'una persona, l'educació i l'experiència, no en la generació a la qual pertany. Hem de relativitzar, doncs, la idea generalitzada que els nadius digitals estan inherentment en possessió d'un coneixement més sofisticat i més capacitat d'utilitzar les tecnologies d'informació.

Els mestres, educadors, tècnics de joventut i els pares i mares tenen el principal pes socialitzador, tot i que cada vegada més aquest pes es dilueix entre la gran diversitat d'agents, persones, institucions i activitats d'oci. Els mitjans i les tecnologies apareixen cada cop en edats més primerenques i contribueixen també a modelar la identitat dels infants. Ara bé, és en l'adolescència i en la joventut on altres agents intervenen i tenen més influència, justament perquè estan lliures de la dimensió institucional que té la família i l'escola. És aleshores quan, deixant de banda

els amics, les activitats d'educació no formal cobren més importància. Els joves no són conscients de la càrrega educativa que hi ha i, per tant, són més permeables als seus efectes. És per això que animadors socioculturals, dinamitzadors, educadors socials o de temps lliure tenen un gran poder d'intervenció en els joves i l'hem de saber aprofitar constructivament.

Com hem vist, molts estudis defensen el potencial dels mitjans per aprofundir en la vida democràtica; altres alerten sobre l'aparició d'una ciutadania fragmentada i polaritzada. En qualsevol cas, els nous mitjans han demostrat que les persones som agents actius que podem canviar el sentit pel qual van ser dissenyats, i el que és realment important és què significa en cada moment cada producte o mitjà. Podem ser a vegades víctimes de les pantalles però, molt sovint, sortir-ne apoderats.

A continuació, recollim algunes orientacions, que es desprenen de la recerca, per intervenir en joves tant en l'àmbit formal com, sobretot, en el no formal utilitzant les TIC.

**Ensenyament crític: l'educació mediàtica en espais formals i informals.** El canvi intrínsec de la tecnologia fa que no ens puguem basar en estratègies educatives centrades només en la tecnologia, en proveir de dispositius o ensenyar els joves a utilitzar eines digitals. Allò digital, avui, no és una tecnologia, és un entorn. Més enllà de les mesures protectionistes, com la legislació, calen mesures educatives. Els infants i joves no només s'han de protegir, sinó que, sobretot, se'ls ha de proveir d'habilitats i recursos per interaccionar amb els mitjans de forma autònoma i crítica. L'educació ha de fer front a dimensions que no canvien constantment i segueixen sent vàlides quan apareixen nous dispositius, programaris o aplicacions. Cal donar-los els recursos per entendre el context digital en què la societat contemporània es desenvolupa, ajudar a crear ciutadans que siguin crítics i que participin activament en el futur de la societat. Això ha de ser abordat des de casa i des de l'aula, però també des dels entorns educatius informals i ja des de la infància.

White i Le Cornu (2011) expliquen el comportament digital dels usuaris no tant a partir de característiques personals, sinó de rols diferents que un mateix desenvolupa en cada context. Bennett *et al.* (2008) defensen que les persones adoptem la tecnologia en funció de necessitats, d'in-

teressos i del context, i som capaces d'interpretar les possibilitats que ofereixen. La deslocalització de la tecnologia fa que ens la fem nostra a través de l'experiència en les diferents parcel·les de la vida (l'escola, la feina, l'oci...). Els usos i consums que fem de les TIC no són estàtics, sinó fruit de l'acció conjunta de múltiples variables personals i de l'entorn que prenen sentit en cada situació. Segons Mas (2014), el rol digital de les persones és el resultat de la interacció de tres factors: a) les característiques individuals (la procedència sociocultural, el nivell econòmic, la formació i, especialment, la competència digital que determina la capacitat de cadascú d'assumir un model de comportament), b) el context d'aplicació (model educatiu, marc formal o informal, context sociotecnològic) i c) la valoració personal (anàlisi que fem del context d'aplicació i de la percepció de les capacitats pròpies que ens fa adoptar un rol de forma més o menys intencional). Som, per tant, menys indefensos davant dels mitjans del que puguem pensar però, alhora, qualsevol context diari, formal o informal, és actiu i, per tant, formatiu: "*living and learning technologies*" (Kennedy *et al.*, 2008).

Els educadors han de fomentar un ensenyament crític que compti amb internet i la resta de TIC a través d'estratègies o metodologies actives. Cal fer l'esforç per integrar, de forma explícita o transversal, l'educació audiovisual, la mediàtica o la transmediàtica a la tasca educativa. La clau no és saber utilitzar les eines, sinó fer-ho de forma crítica, ètica i responsable. El primer pas és, doncs, ser-hi. Conèixer de primera mà què miren els joves a la televisió, quines aplicacions són les que més agraden i obrir-nos comptes a les principals xarxes socials. Cal estar també present a les xarxes socials perquè és on són ells, no per controlar, sinó per comprendre què n'obtenen de gratificant, per entendre les seves necessitats i per detectar possibles riscos futurs. No podem educar des del desconeixement i, si volem educar ciutadans del segle XXI, hem d'innovar en estratègies i formes d'intervenció.

**Aproximar-se al significat que atorguen a les tecnologies.** No només cal conèixer què els agrada, sinó mirar d'entendre el perquè. Els mitjans i les tecnologies s'han convertit en elements expressius i identitaris de primer ordre. L'ordinador, el mòbil i internet s'han convertit, doncs, en elements consubstancials de la identitat juvenil; representen una autèntica revolució social en la cultura juvenil. En una societat postmoderna sense referents clars, el procés identitari demana identificacions parcials i efi-

meres. Posseir un mòbil o una tauleta determinada funciona a manera d'estabilitzadors emocionals en un moment evolutiu no gens fàcil. Més enllà de la bretxa socioeconòmica, en societats com la nostra, un mòbil intel·ligent, per exemple, no és només un instrument per comunicar-se o d'accés a la informació i entreteniment, és part de la indumentària i la personalitat de les persones que estan subjectes a les modes. El mòbil no és un simple objecte, és un element d'integració en el grup i de diferenciació entre col·lectius. Internet a la butxaca suposa una connexió permanent amb el món i trenca les barreres fins ara existents entre el temps de treball o estudi i el temps d'oci, on tradicionalment es consumien els mitjans. El consum està totalment integrat en la vida quotidiana i ja no hi ha entre els joves la diferència entre la realitat i la virtualitat, entre l'*on-line* (en línia) i l'*off-line* (fora de línia).

Obrir un compte en una xarxa social o adquirir un mòbil funcionen com a "rituals de pas" entre infants i són alhora fonamentals per a la seva integració social. No tenir-ne suposa, en molts casos i a determinades edats, l'exclusió i l'ostracisme del grup. Les xarxes socials o els blogs suposen, com suposaven les revistes juvenils femenines per a les noies en els anys noranta (Figueras, 2005), una mena de meta ritual, perquè troben dins seu tot allò que per a elles, ara ells i elles, és necessari en aquest moment evolutiu. L'embelliment, sortir de festa, tenir parella... funcionen a tall de "pseudorituals" de pas, fer-se grans, i justament en els mitjans digitals hi troben la resposta. Saber els codis estètics i morals imperants en aquests aspectes tan importants per a ells és clau per a l'acceptació del grup d'iguals, i aquests nous mitjans els contenen. És el mitjà dels mitjans, diu Aguedad-Gómez (2011).

Les xarxes socials o les aplicacions mòbils tenen el mateix significat que pugui tenir la indumentària o l'argot, el fet de sentir-se dins o fora del grup, per això, si es generalitzen, sobretot entre el col·lectiu adult, perden el seu sentit identitari i, aleshores, cal buscar-ne d'altres. És a través de les pròpies xarxes que poden conèixer quins són els codis imperants de cada moment que els permetran sentir-se integrats.

**Ser-hi: acompanyament i assessorament.** La tendència natural dels adults és intentar el control, imposar normes sobre l'ús del dispositiu o supervisar les activitats dels joves. La solució no és aquesta, el problema sol venir de lluny. No podem ara en aquest tema tenir influència

sobre ells si no hem treballat abans una relació de confiança en altres aspectes. Abans de prendre mesures com l'espionatge o el control de consum de mitjans, hem de reflexionar sobre el perquè, si és que realment hi ha hagut un incident previ que ho justifica, o tenir una actitud preventiva, "per si de cas". És sempre molt millor l'acompanyament i l'assessorament que la prohibició o el control. Una mesura molt habitual és limitar el nombre d'hores davant les pantalles, com si un consum reduït suposés automàticament menys perills. Hem comprovat quin és l'ús que en fan? Potser fan deures escolars o cerquen informació, o entaulen relacions, que són necessàries pel seu benestar psicològic i emocional, o simplement desconnecten, passen l'estona, com fem nosaltres molts vespres davant la televisió. Molts estudis es basen en enquestes que mesuren el nombre d'hores davant la pantalla i comparen consums per països o edats; el que és realment important és conèixer quines necessitats satisfan i quins significats atorguen a aquest consum. Això sí que és indicador d'alguna cosa. Els adults solem tenir certa "amnèsia històrica" (Livingstone, 2002) i oblidem el consum dels mitjans del moment en què nosaltres fèiem de joves. Si hi pensem, segurament tampoc seria l'òptim i moltes vegades el significat que hi atorgàvem era el mateix; canvien les tecnologies però les finalitats poden ser les mateixes.

El nou rol actual dels professionals que treballen amb el jove no només té l'objectiu d'alfabetitzar en la dimensió tecnològica, perquè sobre això molts joves en saben o sabran ben aviat més que nosaltres, sinó que també té el de garbellar. Ara es parla de *curació de continguts*, discernir allò constructiu del que no ho és, en definitiva, ensenyar a aprendre a viure en la xarxa. Es parla d'*orfes digitals* per referir-se a menors no acompanyats en aquest aprenentatge. Els educadors són un referent fonamental per a tot jove; li ensenyem com enfrontar-se a la xarxa, com canalitzar l'excés d'informació, com saber si és fiable o no, de qualitat o si és "soroll", i com prevenir dels perills que pot comportar internet. En definitiva, fem el que ja fem en altres aspectes de l'educació i, si no ens veiem capacitats per desconèixer, no tenim por de demanar ajuda. Consultar llibres o fer formació a vegades informal, i també compartir consells i experiències entre educadors, per exemple, pot ser una bona manera d'obtenir ajut. Hi ha també xarxes de professorat i infinitat de recursos educatius que ens poden ser útils. La competència audiovisual és i serà un aspecte fonamental en la formació dels joves del segle XXI;

és una competència que els facilitarà la integració en un món global. Per això els pares i els professionals que treballen amb joves han d'assessorar-los i acompanyar-los en aquest aprenentatge.

**Mediació indirecta: el contracte social.** Una altra actitud freqüent entre els adults, sobretot en països com el nostre, és la laxitud normativa. Així, doncs, trobem molts nens amb compte al Facebook, per exemple, que no tenen els 12 anys, que és l'edat legal per obrir-se'n un. Cal dir també que, a vegades, el compte de correu o el de la xarxa social és sovint creat pels mateixos pares, els quals, per desconeixement dels nous mitjans, i influïts pel poder socialitzador que aquests tenen, no són conscients dels possibles riscos. També deixar els nens davant les pantalles funciona en molts casos a manera de cangurs i així els adults es poden dedicar a altres tasques a la llar. Taspcott (1998) defensa la idea que els nens utilitzen els ordinadors per realitzar activitats que semblen coincidir amb el que creiem que constitueix una infantesa tradicional. És a dir, que utilitzen la tecnologia per aprendre, comunicar-se i entaular relacions, com sempre ho han fet. Encara que aquest autor sí que reconeix que els mitjans digitals estan creant un entorn on aquestes activitats estan canviant dramàticament i poden accelerar el desenvolupament dels infants (Taspcott, 1998). No obstant això, aquest aspecte no implica el final de la infantesa, sinó que els nens tenen un nou món per als seus jocs. La simple presència d'adults durant el visionat o la navegació és mediatra; un comentari sobre l'excés de violència i la forma de resoldre els conflictes, per exemple, en aquell moment que està tenint lloc, pot esdevenir més significatiu a efectes socialitzadors que la pantalla per si sola. A través d'aquesta mediació indirecta dels pares, els infants fan una apropiació dels missatges més crítica i conscient.

Boyd (2014), investigadora de mitjans socials, suggereix fer un "contracte social". En lloc de pensar sobre els límits, cal "parlar d'equilibri", diu ella. Proposa fer una llista sobre què volem i no volem que els adolescents o joves facin amb el dispositiu i que ells facin la seva pròpia llista amb allò que volen i no volen fer amb el dispositiu. Una reacció força habitual en molts nois i noies és recórrer als amics quan tenen algun problema a la xarxa. Una de les raons que assenyalen és el temor que els restringeixin l'ús d'internet si comenten algun problema. Generar aquesta relació de confiança és clau, com en qualsevol altre tema.

**Formació contínua: els adults també aprenen.** S'ha parlat molt del canvi en la transmissió generacional de valors i aquest concepte ha estat fins i tot eslògan publicitari: "Aprèn dels teus fills"; també pot aplicar-se a educadors i tècnics de joventut: aprèn dels teus alumnes, dels usuaris del teu servei de joventut. En aquest nou entorn mediàtic, molts adults reconeixen explícitament que són els joves els que en saben. En la contribució a la formació d'una ciutadania crítica i responsable, els adults encara tenen molt de pes. La responsabilitat en l'educació en mitjans és compartida. Tots en som, d'una manera o altra, responsables: professorat, educadors socials, equip de monitors (d'esplai, de menjador, d'esports...), classe política, pares i mares, comunitat educativa en general. Sovint quan parlem dels perills o amenaces de les tecnologies ens ve al cap la imatge d'un jove, és a dir, en el nostre imaginari apareix una correlació directa. Com a educadors temem pels consums de les TIC per part dels joves i intentem intervenir-hi. No pensem mai que potser el pas més senzill és començar per nosaltres mateixos. Fem realment un consum crític? Quants adults viuen permanentment enganxats al mòbil o tenen la televisió connectada com a teló de fons? Com en qualsevol àmbit educatiu, la millor recepta és el mateix exemple.

**Diversificació de consums.** Davant de possibles manipulacions o adiccions, la millor recomanació com a educadors i tècnics és buscar la diversificació de consums. En una societat complexa, en la formació de ciutadans crítics i la consolidació d'una democràcia forta, la informació és un aspecte clau. Tenim a l'abast a través d'internet les fonts directes dels esdeveniments; accedim-hi i evitem possibles biaixos. Eduquem en un consum de notícies que sigui ampli i profund, en diferents formats (paper, audiovisual, hipertext) i de diferents ideologies, encara que no siguin la nostra. Consumir productes mediàtics diferents ajuda a relativitzar veritats absolutes. Però això no és res més que recuperar una missió dels educadors: la de proporcionar als joves diversitat d'estímul i experiències presencials, més enllà de les pantalles, ensenyar a gaudir, per exemple, d'un encontre reposat al voltant d'una taula, una excursió a la natura o un espectacle artístic i valorar-ho.

**Educació amb mitjans i TIC: aprofitar l'atractiu de les tecnologies per als nostres interessos educatius.** Sovint la visió de l'educació mediàtica a les escoles s'ha fet des de la por. Es porten els Mossos d'Esquadra per alertar dels perills de la xarxa, però poques vegades es



porta un especialista amb una visió positiva, que expliqui les potencialitats que ofereix i com treure'n el màxim profit. Tant Morduchowicz (2008) com Martín-Barbero (2002) consideren que els adults estan obstinats a culpar les tecnologies de la crisi de la lectura i de l'empobriment cultural en general, cosa que provoca la desvalorització de les pantalles.

Les pantalles són un recurs potent de desenvolupament individual i comunitari; cal aprofitar-lo. El codi audiovisual i l'hipertext són hegemònics; no podem ignorar-los i diferenciar el llenguatge que utilitzen en el seu temps lliure d'allò que fan servir a classe o a casa. Cal fer l'esforç per integrar-los per evitar una esquizofrènia col·lectiva i per poder accedir als joves amb el seu propi llenguatge. Consumir plegats mitjans (sèries o telenotícies) o navegar conjuntament per cercar informació són exemples de com els nostres comentaris poden acompanyar el procés educatiu dels joves i ser molt més efectius que un "sermó" en abstracte.

Anys enrere es parlava d'educació en mitjans i trobàvem assignatures com informàtica o audiovisuals de forma aïllada i, molt abans, es treballava en contra dels mitjans com els culpables de tots els mals i que calia combatre. Ara hem de parlar d'educació amb mitjans en el sentit d'integrar les tecnologies transversalment en el currículum i com a eina de treball ordinària a l'aula. Qualsevol situació, a l'aula i a casa, és una oportunitat per educar en i amb mitjans.

Cal utilitzar el que els interessa de les TIC per introduir-ho, com a excusa per treballar altres objectius. L'educació no ha d'estar renyida amb el gaudi; cal treure el millor d'ells mateixos a través de dissenys interactius i motivadors, i si el que motiva els joves són els amics, serà necessari buscar i plantejar tasques col·laboratives a través d'internet i mitjans socials (wikis) que impliquin el treball conjunt amb amics, la comunicació amb els seus iguals, i l'ús d'eines que els agradin i els codis que coneixen i manegen. Cobo i Moravec defensen "l'aprenentatge invisible", basat en la creativitat, l'experimentació, la col·laboració, la dedicació, la flexibilitat, el desaprenedre, la resolució de problemes, la innovació, l'adaptabilitat, l'horitzontalitat, el fet de no tenir por del fracàs... Els educadors sempre han contribuït en l'aprenentatge invisible; ara cal introduir-hi l'alfabetització digital i la *gamificació* com a estratègia educativa. Cal proporcionar un repte, donar punts, introduir elements narratius (personatges, trama, tensió...). Crear un joc digital és una experiència creativa, reflexiva i molt gratificant.

**Producció de continguts.** Com assenyala Scolari (2015), produir, remesclar i postproduir el contingut generat per l'usuari són les noves coordenades de les pràctiques vinculades amb el consum de mitjans i les TIC. Com a conseqüència, l'audiència fusiona els rols de productor i consumidor per convertir-se en *prosumers* (consumidor proactiu) o *producers* (Tofler, 1980; Jenkins, 2006). Les persones joves es converteixen així en *prosumers* ambulants que absorbeixen, distribueixen i creen continguts a través dels seus telèfons mòbils i de la xarxa. Alguns, fins i tot, es converteixen en youtuber de renom, les noves estrelles de l'actual paisatge mediàtic dels joves. Un dels exemples d'aquest nou star-system a Espanya és el jove youtuber de 25 anys el Rubius,<sup>10</sup> amb quasi 15 milions de subscriptors a un dels seus canals de Youtube i amb vídeos que arriben als 14 milions de visualitzacions. No n'és l'únic.

Les TIC són punt de trobada i diàleg; les pantalles no marginen, sinó que ajuden en la seva sociabilitat i les TIC no són sinònim d'aïllament ni de solitud. Excepte patologies específiques, les TIC potencien les relacions i desenvolupen capacitats que converteixen els i les joves en agents actius i reflexius, consumidors però també productors de continguts. Tota la cultura col·laborativa que internet ha propiciat canvia radicalment el rol passiu de l'espectador i l'apoderen. L'educació ja la definien com a comunitària i en relació amb la teoria de Freire o la de Piaget; ara cobra el màxim significat. Hem passat de preguntar-nos (i preocupar-nos) què fa la televisió amb els joves a què fan els joves amb la televisió (audiència activa), i ara ens preguntem quins mitjans o productes fa la joventut.

Des de la pedagogia activa ja fa temps que es parla de l'aprenentatge basat en experiències. "Digues-me i oblidó, ensenya'm i recordo, involucra'm i aprenc" (Franklin). Les TIC són una gran oportunitat per treballar en aquest sentit. Provocar i emocionar a través de les imatges, propiciar l'acció i la creativitat, difondre els resultats públicament (element sempre motivador) per, finalment, reflexionar. Arribar a la raó des de l'emoció. És també molt convenient la seva implicació, comptar amb ells, deixar-nos ensenyar el que saben, decidir plegats i buscar interessos comuns. Obrir un blog o weblog conjunt o una galeria de fotos sobre l'assignatura o sobre els viatges familiars pot ser un bon recurs.

---

<sup>10</sup> URL del seu canal de Youtube: <https://www.youtube.com/user/elrubiusOMG/about>.

**En resum, diàleg, acompanyament, col·laboració entre iguals, aprenentatge continu i reconeixement de mancances,** són algunes bones pràctiques. No hi ha fórmules màgiques. Adaptar recursos, pràctiques, exercicis o activitats als seus gustos i interessos no vol dir renunciar o cedir, sinó motivar. No hem de perdre de vista els objectius educatius i, mentre els assolim, què hi fa fer-ho amb exercicis de tota la vida o amb una aplicació per a tauletes? Això serveix per a les matemàtiques o la lectura, però també per treballar actituds (sexisme, racisme...), valors (solidaritat...) i hàbits (organització del temps...). Per exemple, l'etiqueta (*netiquette*), que no són més que normes de comportament que defineix cada xat o mitjà social i que cal educar. Les més comunes són formals (no usar majúscules per no interpretar crits, etc.), però n'hi ha d'altres que van més enllà: respectar la privacitat dels altres, demanar permís abans d'etiquetar algú, no ofendre amb comentaris...

**Ara bé, cal recordar que també hi ha riscos i perills.** Malgrat tots aquests reptes i oportunitats que ens presenta el nou context mediàtic, cal evitar una visió ultrapositiva. Un risc ben visible són els trastorns psicològics o les socioaddiccions, la dependència a les tecnologies, tot i que, en molts casos, són una metàfora social d'altres problemes més greus.<sup>11</sup> Els mitjans no són més que el consol davant de situacions o conflictes no resolts (famílies desestructurades, manca d'atenció...).

El *Manual d'alfabetització mediàtica i informacional. Currículum per a professors*, elaborat per la UNESCO, marca dues tipologies de riscos: els relacionats amb el contingut (no apropiat, no verificat, que incita al mal, que viola els drets de l'infant, publicitat il·legal, publicitat inadequada, que atempta contra la privacitat) i els relacionats amb el contacte (consells malignes, robatori d'identitat, *phishing*,<sup>12</sup> frau comercial, difusió d'informació privada, *grooming*,<sup>13</sup> *bullying*,<sup>14</sup> *sexting*<sup>15</sup>...). La petjada digital és també un dels perills actuals i futurs. Allò que publiquem a internet perviu. Si es tracta d'informació personal, pot passar factura.

<sup>11</sup> Els anomenats screenagers (fusió dels termes *screen* –pantalla– i *teenagers* –adolescents–) o, al Japó, *hikikomori*.

<sup>12</sup> Captació de dades comercials de manera il·lícita.

<sup>13</sup> Accions deliberades d'un adult de cara a establir llaços d'amistat amb un infant a Internet, amb l'objectiu d'obtenir alguna satisfacció sexual.

<sup>14</sup> Assetjament escolar o intimidació física i mental.

<sup>15</sup> Enviament a través del telèfon mòbil d'imatges de contingut sexual, si són produïdes per menors, susceptibles de ser considerades pornografia infantil.

Els joves han de saber que les dades o fotografies de la nostra vida privada, quan es publiquen a la xarxa, romanen allà fins i tot quan les eliminem. De la mateixa manera cal alertar dels “amics” desconeguts. Per als joves, fer nous amics o revelar informació personal en línia és una oportunitat d’ampliar la seva xarxa social, però per als adults, sobretot per als pares, això es considera un risc. Cal ensenyar a diferenciar entre allò que és una relació d’amistat i els compromisos que implica i el que són aplicacions, llistes o xarxes de “nous amics”.

La millor protecció és preparar els menors perquè siguin capaços d’aplicar les seves pròpies estratègies i filtres de seguretat (reforçar la seguretat als comptes, aprendre a bloquejar usuaris i altres eines de privacitat), i ensenyar a seleccionar, filtrar, comparar i contrastar continguts. Tancar pàgines webs amb continguts lesius, com les que fomenten autolesions o el suïcidi, fins i tot és una tasca que cal seguir impulsant. En recerques futures cal aprofundir en els riscos de contingut agressiu o sexual. Les conclusions recents revelen que els autors de l’assetjament escolar o les amenaces per internet també solen ser, ells mateixos, víctimes d’abusos (Ybarra *et al.*, 2006); seria fals traçar una frontera clara entre víctimes i autors (Hasebrink *et al.*, 2008).

Si volem reduir els riscos, hem de ser conscients que també estem reduint les oportunitats (Livingstone, 2014). L’“abstinència digital” no els farà millors ni els evitarà els perills. La interacció els fa créixer i reforçar la seva confiança en exigir-los definir valors, exercir el judici, analitzar, avaluar, criticar o col·laborar. La clau està a ensenyar i aprendre a calcular el risc, i afrontar les conseqüències que es generin.

## **6.1. Decàleg de recomanacions**

Basant-nos en les reflexions prèvies, podem esquematitzar les conclusions en el decàleg següent de bones pràctiques dirigides a professionals que intervenen en joves:

1. **Conèixer les eines que protagonitzen el dia a dia dels joves per entendre els significats, les potencialitats i els riscos que els joves han d’afrontar.** Conèixer què consumeixen i mirar d’entendre per què.

2. **Potenciar el coneixement crític de la identitat digital pròpia.** Davant els riscos a la privacitat, es poden plantejar activitats –impartides per persones properes sense connotacions coercitives– sobre els mitjans socials més utilitzats pels joves. Qui sóc a la xarxa? Prendre consciència del rastre que es deixa a internet i les implicacions presents i futures.
3. **Fomentar un contracte social entre joves, pares i educadors.** Definir conjuntament unes pautes d'ús de les TIC i revisar-ne el compliment i, si cal, renegociar-les.
4. **Facilitar eines de detecció de possibles problemes** (assetjament, addiccions, etc.) i respondre-hi sense criminalitzar les eines ni centrar el focus en els problemes. Al contrari, cal viure les TIC com un món d'oportunitats i aprendre a calcular els riscos. Si la prevenció no és suficient, cal oferir espais d'assessorament *on-line* (en línia) i *off-line* (fora de línia) dirigits a joves per afrontar les possibles problemàtiques derivades de l'ús de les TIC.
5. **Curar continguts.** Ajudar els joves a seleccionar i garbellar els continguts de la xarxa i donar eines perquè ho facin ells. En definitiva, discernir allò constructiu d'allò que no ho és. Acompanyar, especialment durant l'adolescència, per tenir uns joves adults conscients i competents mediàtics.
6. **Mostrar exemples d'èxit i fracàs d'ús de les TIC.** Presentar models enriquidors que fomenten la participació en la construcció de la societat i models perillosos. Proporcionar el testimoni de joves afectats (ciberassetjament escolar (*cyberbullying*), addiccions, etc.), tal com ja es fa amb la violència masclista, és recomanable per veure les conseqüències i com s'ha afrontat el problema.
7. **Vetllar per la diversificació de consums de productes i eines tecnològiques.** Com més varietat de consums hi ha, més es relativitzen les influències. Abans, però, cal proporcionar als joves diversitat d'estímuls i experiències presencials, fer-los descobrir que més enllà de les pantalles també hi ha "vida".

8. **Dissenyar activitats que incloguin la capacitat multitasca dels joves alternant tasques de diversa complexitat.** Atès que, inevitablement, hi seran presents, cal introduir les diferents pantalles a les activitats d'aprenentatge formal i informal.
9. **Introduir el joc com a eina d'aprenentatge a través de les TIC.** És a dir, *gamificar*, obtenir tots els elements divertits i addictius que es troben en els jocs i aplicar-los al món real o les activitats productives. Si ja s'estan aplicant al màrqueting i a la ciència, per què no aplicar-los als espais educatius?
10. **Educar en mitjans a més d'amb mitjans.** A mode de recapitulació, aquest punt engloba els anteriors i serveix de conclusió: l'ús de les TIC com a eina bàsica de treball a l'educació és essencial en el context actual, però és igual d'important l'educació *en* mitjans, l'educació per a la convivència òptima dels joves amb els mitjans. I aquesta educació no només s'ha de centrar en l'apoderament a través del pensament crític o l'actitud crítica –la més comuna–, sinó que s'han de treballar altres aspectes com l'estètica, la producció, la interacció amb els mitjans, els llenguatges, etc. Quan s'educa en mitjans s'ha d'intentar tractar-los amb tota la seva riquesa i complexitat.

## 6.2. Recursos

Tant a Catalunya com a la resta de l'Estat espanyol s'estan implementant iniciatives que ajuden els professionals que treballen amb adolescents i joves a afrontar el repte d'incorporar les TIC i l'educació mediàtica en el seu dia a dia.

A Catalunya, destaca una iniciativa portada a terme per la Universitat Pompeu Fabra: el Repositori d'educació mediàtica.<sup>16</sup> Es tracta d'un repositori en línia a disposició de totes les persones que cerquen recursos per optimitzar la seva eficàcia com a educadors, ja sigui en l'àmbit formal o informal, en relació amb les TIC. S'hi pot accedir de manera gratuïta a través de la web [www.repositorioedmediatica.net/](http://www.repositorioedmediatica.net/).

<sup>16</sup> Repositori impulsat i creat gràcies al projecte I+D+i *La competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital: diagnóstico de necesidades en tres ámbitos sociales: enseñanza universitaria, enseñanza obligatoria y profesionales de la comunicación*. Projecte dirigit pel Dr. Joan Ferrés.

El repositori ofereix enllaços a materials audiovisuals i multimèdia de diferents tipus. Disposa de més d'un miler de recursos organitzats en diferents àmbits: a) per destinataris (infantil, primària, secundària, universitat o tots), b) per tipus de recurs (vídeo, àudio, videojoc, anunci publicitari, etc.) i c) per dimensió de l'educació mediàtica que tracta, seguint la formulació de Ferrés i Piscitelli (2012) –llenguatges, tecnologia, processos d'interacció, estètica, processos de producció i difusió, i ideologia i valors. A més, també s'hi poden fer cerques a través de paraules clau.

D'aquesta manera, si un educador o tècnic de joventut cerca treballar els aspectes emocionals als mitjans de comunicació, pot introduir a la plataforma la paraula clau *emoción* o *emociones* i hi trobarà enllaços actius que el portaran a diferents tipus de productes audiovisuals, des d'anuncis per introduir la temàtica fins a conferències d'experts sobre el tema que es vol treballar.

Aquest repositori ha estat creat a partir de la consulta a més de mil experts en educació mediàtica de l'àmbit iberoamericà. I, a més d'oferir un ampli ventall de materials audiovisuals i multimèdia obertament als espais educatius, té la voluntat de fer un reciclatge continu i ho fa a través de les crides constants per a l'enviament de materials nous a partir de la col·laboració.<sup>17</sup> Es tracta d'una iniciativa interessant perquè el que busca no és potenciar l'ús de les TIC a l'aula –el més comú–, sinó que l'objectiu és oferir recursos multimèdia perquè els professors puguin portar a terme una tasca d'educació mediàtica dintre de l'aula. És una eina d'educació centrada en els mitjans.

Paral·lelament, trobem altres projectes, recursos i plataformes digitals socials on hi ha pares, alumnes, professorat, educadors, tècnics de joventut o persones interessades a introduir les TIC com a eina d'aprenentatge on aprendre i compartir experiències o com a via per connectar pares, joves i educadors. Hem seleccionat algunes propostes de diversos reculls<sup>18</sup> que ofereixen guies i recursos per afrontar la relació entre TIC i joves:

<sup>17</sup> El repositori disposa d'un apartat de contacte on qualsevol persona pot enviar les seves propostes i l'equip gestor del repositori s'encarrega de revisar-les, catalogar-les i introduir-les. L'objectiu és aconseguir una eina de suport educativa que es construeix i nodreix a partir de la col·laboració oberta i gratuïta.

<sup>18</sup> Recull creat amb recursos extrets de: *Ciberacoso y violencia de género en redes sociales* (Verdejo, 2015); *Pack educatiu contra la discriminació digital* (Pedregosa, 2014); *Guia Jove. Les TIC com a mecanismes de participació* (Direcció General de la Joventut, 2015).

**Alexandria:** sota el paraigua institucional de la Generalitat de Catalunya, es tracta d'un servei web per a la distribució de materials educatius i la promoció de l'ús intensiu de les tecnologies digitals.

**Biblioteca escolar digital:** repositori que ofereix un catàleg de materials digitals, investigacions, bones pràctiques i actualitat en relació amb la incorporació de les TIC a l'àmbit educatiu. La recerca de materials es pot fer per nivells educatius, assignatures o àrees de coneixement.

**Cibermanagers:** projecte que ofereix recursos i serveis per a la prevenció dels riscos associats a l'ús d'internet.

**Consensus.cat:** eina virtual per a la participació ciutadana que és gestionada des de l'Administració local. En molts casos pot orientar-se al treball amb joves: impulsa la seva participació en temes polítics i socials a través de les TIC. Hi ha altres exemples similars com Participa o el Portal d'entitats.

**CODEMOB:** projecte europeu de codificació (*coding*) i dispositius mòbils que ofereix recursos i formació sobre programació i sobre l'ús eficaç de dispositius mòbils a l'educació.

**CREA:** impulsat pel Govern de Catalunya, inclou una àmplia selecció d'eines web 2.0 per promoure la comunicació multimèdia, el treball col·laboratiu i la realització de projectes.

**Chaval.es:** es tracta d'un catàleg de recursos relacionats amb els menors i l'ús responsable de les TIC. L'objectiu d'aquesta web és formar i informar sobre els avantatges i perills que ofereix el panorama tecnològic actual.

**Diipo:** xarxa social que permet la creació de blogs i projectes en línia entre professors i alumnes i entre distintes classes i grups.

**Edmodo:** plataforma social educativa gratuïta de microblog (*microblogging*) dirigida a alumnes, pares i professors. Permet crear grups, publicar opinions i continguts (documents, enllaços, fotos, etc.), enviar i rebre missatges, posar qualificacions, posar tasques o deures, i accedir a materials i notícies.



**Edu 2.0:** aprenentatge electrònic (*e-learning*) dirigit a distintes organitzacions però, especialment, a les escoles. És similar a la resta de recursos. Permet la creació de grups, xats, fòrums, enquestes, e-portafoli, puntuació de treballs, etc. Destaca que estigui disponible en català.

**Edu3.cat:** portal educatiu pioner per a la ràdio i la televisió que inclou una gran quantitat de recursos audiovisuals per a professionals de l'educació.

**Educ.ar:** portal educatiu del Ministeri d'Educació de l'Argentina. Proporciona un espai amb continguts i plataformes de formació a distància dintre de l'àmbit digital. Té l'objectiu d'incorporar les TIC a l'educació en l'entorn argentí, però resulta útil per a qualsevol context. Està destinat a professors, famílies i investigadors.

**Educanetwork:** permet crear grups per fer cursos, compartir materials docents, xatejar, participar en fòrums, etc.

**Eduredes:** xarxa social per intercanviar experiències entre persones interessades en l'aprenentatge i l'ensenyament amb internet i els mitjans socials.

**Hasta aquí:** iniciativa contra el ciberassetjament escolar (*ciberbullying*). A la seva web es poden trobar propostes per combatre'l.

**Internet a l'aula:** xarxa social docent creada per l'Institut Nacional de Tecnologies Educatives i Formació del Professorat del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport. Espai on el professorat pot trobar recursos d'educació mediàtica i on pot compartir i aprendre de l'experiència d'altres professors. És molt completa i té molts recursos. A més, permet la connexió entre docents.

**Internet Segura:** dirigit a nens i joves, és un component del programa Safer Internet de la Comissió Europea. Compta amb la participació dels Mossos a través del CESICAT.

**JovenTIC:** portal impulsat per un grup de recerca interuniversitari amb investigadors de la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Oberta de Catalunya i la Universitat Rovira i Virgili; el seu objectiu és afrontar i fer disminuir la bretxa digital de gènere.

**Laboratori d'idees 2010 - Fitxes:** l'Oficina del Pla Jove i l'Oficina de Participació Ciutadana, l'Àrea d'Igualtat i Ciutadania, i la Diputació de Barcelona, juntament amb ajuntaments i oficines joves, van fer una proposta de 12 fitxes recollides a l'informe *La participació del jovent en les polítiques locals de joventut* amb orientacions i estratègies de treball en relació amb les TIC i els joves.

**Netiquétate:** projecte que promou l'ús de l'etiqueta (*netiquette*) als mitjans socials.

**Pack educatiu contra la discriminació digital:** llibre electrònic (*e-book*) que ofereix recursos de descàrrega gratuïta per a joves, pares i professionals que treballen amb joves. S'hi ofereixen definicions, recursos, propostes de treball, materials didàctics (fitxes, informes, vídeos, etc.) i enllaços d'interès.

**Privial:** a través del joc i la *gamificació* potencien l'ús segur d'internet. Especialment, se centra en la privacitat.

**Programa KNKTA'T:** assessorament específic sobre els mitjans socials i les TIC per a ens locals i comarcals que pretenguin millorar i potenciar la participació juvenil a través de les TIC.

**Proyecto escuela 2.0:** es tracta d'un projecte d'integració de les TIC en els centres educatius. L'objectiu del programa és posar en marxa les aules digitals i donar suport als alumnes, pares, centres i professors en la introducció d'aquesta iniciativa. A la web es poden trobar recursos educatius per utilitzar a l'aula.

**Redalumnos:** xarxa social gratuïta per a professors, alumnes i famílies que permet impartir cursos en línia (*on-line*).

**Telekids:** és un recurs que ofereix la investigadora Jacqueline Sánchez Carrero en format edublog. Es tracta d'exposar recursos per al treball amb menors i els mitjans de comunicació, concretament la televisió. Al blog s'hi poden trobar diferents materials com manuals, activitats i tallers per descobrir com treballar a l'aula o fora d'aquesta amb la televisió i els menors.

**Tic-Tac:** projecte dirigit a pares i educadors; a la seva web s'hi poden trobar recursos i informació per a un ús responsable i segur de les TIC.

**Transmedia literacy:**<sup>19</sup> és un projecte europeu liderat pel Dr. Carlos Scolari de la Universitat Pompeu Fabra que té l'objectiu d'analitzar els processos d'adquisició i construcció col·lectiva de competències transmèdia per part dels adolescents fora del sistema educatiu formal. A partir d'aquesta anàlisi es plantegen i potencien noves dinàmiques i lògiques educatives destinades al professorat o altres actors relacionats amb el món educatiu. Es busca aprofitar les potencialitats de les pràctiques de comunicació transmèdia en el context educatiu.

**Troviral:** a través del joc i la *gammificació* es potencia l'ús segur d'internet.

Així mateix, hi ha molts altres recursos, guies, iniciatives de treball i accions impulsades per distints ajuntaments, oficines joves o ONG que poden ajudar pares i professionals en el treball amb les TIC i un llarg etcètera d'experiències de professionals compromesos i compromeses amb les TIC i les persones joves:

- *Guia de xarxes socials* de la Generalitat de Catalunya.
- Servei Assexorem: una consulta virtual a través de l'aplicació mòbil WhatsApp que va impulsar l'Oficina Jove de l'Alt Urgell amb l'objectiu que el jovent enviés els seus dubtes sobre relacions i sexualitat.
- Bejove: blog impulsat per l'equip de professionals de joventut del Baix Empordà per fer arribar les diferents propostes dirigides als joves de la comarca.
- RavalGames: un projecte que impulsa el debat i la participació dels joves del Raval mitjançant la construcció col·lectiva d'un videojoc sobre el barri.

---

<sup>19</sup> Es pot consultar el projecte i els participants a la seva web: <http://transmedialiteracy.org/>.

## BIBLIOGRAFIA

AGUADED-GÓMEZ, J. I. (2011). "Niños y adolescentes: nuevas generaciones interactivas". A: *Comunicar*, vol. 18, núm. 36, p. 7-8.

ALMANSA, A. (2005). "Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios". A: *Comunicar*, vol. 13, núm. 25. Disponible en línea a: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825068>>.

ALMANSA, A.; FONSECA, O., i CASTILLO, A. (2013). "Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y espanyola". A: *Comunicar*, vol. 20, núm. 40, p. 127-135.

ARNETT, J. J. (1995). "Adolescents' uses of media for self-socialization". A: *Journal of Youth and Adolescence*, vol. 24, núm. 5, p. 519-533.

ARNETT, J. J.; LARSON, R., i OFFER, D. (1995). "Beyond effects: Adolescents as active media users". A: *Journal of Youth and Adolescence*, vol. 24, núm. 5, p. 511-518.

ARROYO, L. (2016). *About teens, internet and privacy: the challenges of identity in the digital era*. Barcelona: CCCB Lab. Disponible en línea a: <[http://blogs.cccb.org/lab/en/article\\_joves-internet-i-privacitat-els-reptes-de-la-identitat-en-lera-digital/](http://blogs.cccb.org/lab/en/article_joves-internet-i-privacitat-els-reptes-de-la-identitat-en-lera-digital/)>.

BARÒMETRE DE LA COMUNICACIÓ (2014). *Resum 3r. acumulat 2014. EGM Baròmetre Catalunya*. Disponible en línea a: <<http://www.premsa-comarcal.cat/documents/resum-3a-onada-2014-egm-barometre-catalunya.pdf>>.

BENNETT, S.; MATON, K., i KERVIN, L. (2008). "The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence". A: *British journal of educational technology*, vol. 39, núm. 5, p. 775-786.

BORGAMINCK, L., i BAQUERÍN, M. T. (2003). "Internet, ¿un medio de sociabilidad o un medio de exclusión?". A: *Comunicación y Sociedad*, vol. XVI, núm. 2, p. 95-118.

BOYD, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, CT. London: Yale University Press.

BRINGUÉ, X., i SÁDABA, C. (2009). *La Generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Foro Generaciones Interactivas. Universidad de Navarra, Organización Universitaria Interamericana, Telefónica. Disponible en línea a: <<http://www.generacionesinteractivas.org>>.

BUCKINGHAM, D. (1998). "Review essay: children of electronic age? Digital media and new generation rhetoric". A: *European Journal of Communication*, vol. 13, núm. 4, p. 557-565.

BUCKINGHAM, D., i MARTÍNEZ-RODRÍGUEZ, J. B. (2013). "Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares". A: *Comunicar*, vol. 20, núm. 40, p. 10-13.

BUCKINGHAM, D., i SEFTON-GREEN, J. (1999). "Children, young people and digital Technology". A: *Convergence*, vol. 5, núm. 5, p. 5-7.

CARDOSO, G. (2009). *Los medios de comunicación en la sociedad en red*. Filtros, escaparates y noticias. Barcelona: UOC Ediciones.

CASAS, F. (2007). "Medios de comunicación y estereotipos: infancia y juventud". A: A. S. BALAGUÉ; P. BUXÓ, i H. FLECK. *World Forum on Children's Television*. Papers. Barcelona: Observatorio Europeo de la Televisión Infantil.

CASTELLANA, M. *et al.* (2007). *Les noves addiccions en l'adolescència: Internet, mòbil i videojocs. Projecte d'investigació PFCEE-Blanquerna*. Barcelona: Universitat Ramon Llull.

CASTELLS, M. (1996). *The Information Age*. I. The Rise of the Network Society. Blackwell: Cambridge, MA.

CASTELLS, M. (2001). *La galaxia Internet*. Madrid: Areté.

COBO, C., i MORAVEC, J. W. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Barcelona: Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, col·lecció Transmedia XXI.

COLÁS, P.; GONZÁLEZ, T., i PABLOS, J. de (2013). “Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes”. A: *Comunicar*, vol. 20, núm. 40, p. 15-23.

DOMINGO, M.; SÁNCHEZ, J. A., i SANCHO, J. M. (2014). “Investigar con y sobre los jóvenes colaborando y educando”. A: *Comunicar*, vol. 21, núm. 42, p. 157-164.

ELZO, J. (2000). *El silencio de los adolescentes. Lo que no cuentan a sus padres*. Madrid: Ediciones Temas de hoy.

ENGUITA, M. F. (2010). “La institución escolar en la sociedad de la información y el conocimiento”. A: A. R. FEITO (coord.). *Sociología de la Educación Secundaria*. Barcelona: Graó, p. 9-25.

FEDELE, M. (2011). *El consum adolescent de la ficció seriada televisiva* (tesi doctoral). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en línia a: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/83502>>.

FEDELE, M., i GARCÍA-MUÑOZ, N. (2010). “El consumo adolescente de la ficción seriada”. A: *Vivat Academia*, núm. 111, p. 48-65.

FEIXA, C. (2006). “Estilos de vida de los niños en la cultura digital”. A: *Panorama Social*, núm. 3, p. 54-63.

FERNÁNDEZ-PLANELL, A., i FIGUERAS-MAZ, M. (2012a). “La televisión e internet hoy: diferentes roles. Usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima”. A: *Icono 14*, vol. 10, núm. 3, p. 176-201.

FERNÁNDEZ-PLANELLAS, A., i FIGUERAS-MAZ, M. (2012b). "Internet en las tareas escolares ¿obstáculo u oportunidad? El impacto de la red en los hábitos de estudio de alumnos de secundaria de Barcelona y Lima". A: *Sphera Pública*, núm. 12, p. 161-182.

FERNÁNDEZ-PLANELLAS, A., i FIGUERAS-MAZ, M. (2014). "De la guerra de pantallas a la sinergia entre pantallas: El multitasking en jóvenes". A: A. HUERTAS, i M. FIGUERAS (ed.). *Audiencias juveniles y cultura digital*. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, p. 87-106.

FERRÉS, J. (2014). *Las pantallas y el cerebro emocional*. Barcelona: Gedisa.

FERRÉS, J. et al. (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Madrid: Ministerio de Educación (Instituto de Tecnología Educativa), Consell de l'Audiovisual de Catalunya y Grupo Comunicar, p. 87-106.

FERRÉS, J.; MASANET, M-J., i BLANCO, S. (2014b). "La educación mediática como carencia". A: I. ELEÁ (ed.). *Agentes e vozes. Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha*. University of Gothenburg: Nordicom Review, p. 265-272.

FERRÉS, J.; MASANET, M-J., i MARTA-LAZO, C. (2013). "Neurociencia y educación mediática: carencias en el caso español". A: *Historia y Comunicación Social*, núm. 18 (Especial Diciembre), p. 129-144.

FERRÉS, J.; MASANET, M-J., i MARTA-LAZO, C. (2014). "Lagunas en la educación mediática desde la perspectiva de la neurociencia". A: M. MUT (ed.). *Investigaciones de vanguardia en la universidad de hoy*. Madrid: Visión Libros.

FERRÉS, J., i PISCITELLI, A. (2012). "La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores". A: *Comunicar*, vol. 19, núm. 38, p. 75-82.

FIGUERAS, M. (2005). *Prensa juvenil femenina i identitat corporal*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra. Disponible en línea a: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/7519>>.

FRAU-MEIGS, D. (2012). "Transliteracy as the New Research Horizon for Media and Information Literacy". A: *Media Studies*, vol. 3, núm. 6, p. 14-26.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2012). *La Sociedad de la Información en España 2012*. Barcelona: Ariel, núm. 26, col·lecció Fundación Telefónica. Disponible en línea a: <[http://www.fundaciontelefonica.com/arte\\_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sociedad-de-la-informacion-en-espana-2012](http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/sociedad-de-la-informacion/informe-sociedad-de-la-informacion-en-espana-2012)>.

GABINO, M. A. (2004). "Niños y jóvenes como usuarios receptores virtuales e interactivos". A: *Comunicar*, vol. 12, núm. 22, p. 120-125. Disponible en línea a: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802218>>.

GARCÍA, A., i MOLINA, J. P. (2008). "Televisión y jóvenes en España". A: *Comunicar*, vol. 16, núm. 31, p. 83-90.

GARCÍA-MUÑOZ, N., i FEDELE, M. (2011). "Las series televisivas juveniles: tramas y conflictos en una 'teen series'". A: *Comunicar*, vol. 19, núm. 37, p. 133-140.

GARITAONANDIA, C. *et al.* (1998). "Las relaciones de los niños y de los jóvenes con las viejas y las nuevas tecnologías de la información". A: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 3, núm. 4, p. 131-159.

GARITAONANDIA, C.; JUARISTI, P., i OLEAGA, J. A. (1999). "Qué ven y cómo juegan los niños españoles. El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicación". A: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 4, núm. 6, p. 67-95.

GOMES-FRANCO-E-SILVA, F., i SENDÍN-GUTIÉRREZ, J. C. (2014). "Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles". A: *Comunicar*, vol. 22, núm. 43, p. 45-53.



HAMPTON, K. N. (2005). "Social ties and community in urban places". A: H. H. HILLER (ed.). *Urban Canada: Sociological Perspectives*. Canada: Oxford University Press, p. 86-107.

HAMPTON, K. N., i WELLMAN, B. (2002). "The Not So Global Village of Netville". A: B. WELLMAN, i C. HAYTHORNTHWAITE (ed.). *The Internet and Everyday Life*. Oxford: Blackwell, p. 345-371.

HASEBRINK, U.; LIVINGSTONE, S., i HADDON, L. (2008). *Comparing children's online opportunities and risks across Europe: Cross national comparisons for EU Kids Online*. London: London School of Economics and Political Science.

IAB SPAIN RESEARCH (2013). *IV Estudio anual redes sociales*. Madrid: IAB Spain Research; Elogia Marketing Singular. Disponible en línea a: <<http://www.iabspain.net/redes-sociales>>.

JENKINS, H. (2006). *Convergente culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

KAPLÚN, M. (2010). "Una pedagogía de la comunicación". A: R. APARICI (ed.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa, p. 41-61.

KENNEDY, G. et al. (2008). "First year students' experiences with technology: Are they really digital natives?". A: *Australasian Journal of Educational Technology*, vol. 24, núm. 1, p. 108-122.

LAURA, C., i BOLÍVAR, E. (2009). *Una laptop por niño en escuelas rurales del Perú: un análisis de las barreras y facilitadores*. [Informe]. Consorcio de Investigación Económica y Social de Perú. Disponible en línea a: <http://eureka.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/una-laptop-por-nino-en-escuelas-rurales-del-peru-un-analisis-de-las-barreras-y-facilitadores.pdf>.

LIVINGSTONE, S. (2002). *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*. London: Sage Publications.

LIVINGSTONE, S. (2004). "The Challenge of Changing Audiences. Or, What is the Audience Researcher to do in the Age of the Internet?". A: *European Journal of Communication*, vol. 19, núm. 1, p. 75-86.

LIVINGSTONE, S. (2014). "Risk and harm on the internet". A: A. JORDAN, i D. ROMER (ed.) *Media and the well-being of children and adolescents*. Oxford: Oxford University Press, p. 129-146.

LIVINGSTONE, S., i DAS, R. (2013). "The end of audiences?: theoretical echoes of reception amid the uncertainties of use". A: J. HARTLEY; J. BURGESS, i A. BRUNS (ed.). A: *Companion to New Media Dynamics*. Oxford: Wiley-Blackwell, p. 104-121.

MARTÍN-BARBERO, J. (2002). "Jóvenes, comunicación e identidad". A: *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura de la OEI*, núm. 0. Disponible en línea a: <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>>.

MARTÍN-BARBERO, J. (2008). "El cambio en la percepción de los jóvenes. Socialidades, tecnicidades y subjetividades". A: R. MORDUCHOWICZ (ed.). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa, p. 25-46.

MAS, X. (2014). *La integració dels usos de la tecnologia digital de les persones adultes dins la seva activitat formativa a la universitat*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona. Disponible en línea a: <<http://hdl.handle.net/2445/63423>> i <<http://hdl.handle.net/10803/286068>>.

MASANET, M-J. (2015). *Representació mediàtica i interpretació adolescent de la sexualitat i la relació amorosa en la ficció seriada*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra. Disponible en línea a: <<http://www.tdx.cat/handle/10803/292732>>.

MASANET, M-J.; CONTRERAS, P., i FERRÉS, J. (2013). "Highly qualified students? Research into the media competence level of Spanish youth". A: *Communication & Society*, vol. 26, núm. 4, p. 217-234.

MASANET, M-J., i BUCKINGHAM, D. (2015). "Advice on life? Online fan forums as a space for peer-to-peer sex and relationships education". A: *Sex Education. Sexuality, Society and Learning*, vol. 15, núm. 5 (Special Issue: Entertainment Media's Evolving Role in Sex Education), p. 486-499.

MCROBBIE, A., i GARBER, J. (2000). (1978). "Girls and subcultures". A: A. MCROBBIE (ed.). *Feminism and youth culture*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press, p. 12-25.

MEDRANO, C., i CORTÉS, A. (2008). "¿Persisten los estereotipos sociales en la dieta televisiva de los adolescentes?". A: *Comunicar*, vol. 16, núm. 31, p. 381-386.

METTON, C. (2004). *Les usages de l'Internet par les collégiens*. Paris: Reseaux.

MOBILE WORLD CAPITAL (2016). *L'esclatxa digital a la ciutat de Barcelona*. Febrer de 2016. Disponible en línia a: [http://mobileworldcapital.com/esclatxa-digital/download/esclatxa-digital\\_cat.pdf](http://mobileworldcapital.com/esclatxa-digital/download/esclatxa-digital_cat.pdf).

MORDUCHOWITCZ, R. (Coord.) (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.

MUROS, B.; ARAGÓN, Y., i BUSTOS, A. (2013). "La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes". A: *Comunicar*, vol. 20, núm. 40, p. 31-39.

PASQUIER, D. (2005). *Culture lycéennés. La tyrannie de la majorité*. Paris: Éditions Autrement.

PINDADO, J. (2005). "Resultados de un estudio con jóvenes de Málaga. Los medios de comunicación en la sociedad adolescente". A: *Telos*, núm. 62, p. 14-20.

PRENSKY, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants" Part 1. A: *On the Horizon*, vol. 9, núm. 5, p. 1-6.

REIG, R. (2005). "Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes". A: *Comunicar*, vol. 13, núm. 25, p. 63-70.

RODRÍGUEZ, A. (2006). *La brecha digital y sus determinantes*. Méjico: UNAM.

ROMERO, J. B. (2005). "Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación". A: *Comunicar*, vol. 13, núm. 25, p. 147-151.

SÁNCHEZ, M., i AGUADED, J. I. (investigadors principals) (2002). *Memoria de investigación: los jóvenes e Internet. Utilización, representación y apropiación de Internet por los jóvenes de 12 y 17 años*. Huelva-Granada: Editorial Grupo Comunicar.

SCOLARI, C. A. (2015). "From (new) media to (hyper) mediations. Recovering Jesús Martín-Barbero's mediation theory in the age of digital communication and cultural convergence". A: *Information, Communication & Society*, vol. 18, núm. 9, p. 1092-1107.

SEVERIN, E., i CAPOTA, C. (2011). *Modelos uno a uno en América Latina y el Caribe. Panorama y perspectivas*. Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en línea a: <[www.iadb.org/document.cfm?id=35838865](http://www.iadb.org/document.cfm?id=35838865)>.

STANDARD EUROBAROMETER (2012). Eurobarómetro sobre el uso de medios en la Unión Europea. Disponible en línea a: <<http://ec.europa.eu/spain/pdf/eb-es-2012-2.pdf>>.

TAPSCOTT, D. (1998). *Growing Up Digital: the rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill.

TOFLER, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza & Janes, SA.

TUBELLA, I. (2004). "Television, the Internet, and the Construction of Identity". A: M. CASTELLS (ed.). *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. Cheltenham, UK i Northampton, MA: Edgard Elgar Publishing Limited.

UIT (2003). *Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información en Génova*. Disponible en línea a: <<http://www.itu.int/net/wsis/docs/genova/official/dop-es.html>>.

VALOR, J., i SIEBER, S. (2004). *Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil*. Barcelona: E. Business Center, PwC & IESE.

VANDEN, M., et al. (2014). "Sexting, Mobile Porn Use, and Peer Group Dynamics: Boys' and Girls' Self-Perceived Popularity, Need for Popularity, and Perceived Peer Pressure". A: *Media Psychology*, vol. 17, núm. 1, p. 6-33.

VERDEJO, M. A. (Coord.) (2015). *Ciberacoso y violencia de género en redes sociales*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía Servicio de Publicaciones.

VILLANUEVA, E. (2006). "Brecha digital: descartando un término equívoco". A: *Razón y palabra*, núm. 51. Disponible en línea a: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n51/evillanueva.html>>.

WESTON, M. E., i BAIN, A. (2010). "The End of Techno-Critique: The Naked Truth about 1:1 Laptop Initiatives and Educational Change". A: *Journal of Technology, Learning and Assessment*, vol. 9, núm. 6, p. 5-25.

WHITE, D. S., i LE CORNU, A. (2011). "Visitors and Residents: A new typology for online engagement". A: *First Monday*, vol. 16, núm. 9. Disponible en línea a: <<http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3171/3049>>.

YBARRA M. L. *et al.* (2006). "Examining characteristics and associated distress related to Internet harassment: findings from the Second Youth Internet Safety Survey". A: *Pediatrics*, vol. 118, núm. 4, 1169-1177.

## **ALTRES TÍTOLS PUBLICATS EN AQUESTA COL·LECCIÓ**

1. **JOVES ENTRE DOS SEGLES.** Francesc-Marc Àlvaro. 1998
2. **NOUS OBJECTIUS PER A L'EDUCACIÓ-INFORME DELORS.** Enric Masllorens. 1998
3. **ENQUESTA A LA JOVENTUT DE CATALUNYA.** Gabise, SA. 1999
4. **JOVES I PARTICIPACIÓ A CATALUNYA.** Fundació Ferrer i Guàrdia. 1999
5. **20 ANYS DE PARTICIPACIÓ DEMOCRÀTICA. 20È ANIVERSARI DEL CONSELL NACIONAL DE LA JOVENTUT DE CATALUNYA.** CNJC. 1999
6. **ESTUDI DE COMPORTAMENT DELS JOVES ESTUDIANTS DE BARCELONA.**  
Centre Jove d'Anticoncepció i Sexualitat. 1999
7. **LA VIOLÈNCIA COM A RECURS I COM A DISCURS.** Manuel Delgado. 1999
8. **ELS JOVES CATALANS EN EL 2011. ELS CANVIS QUE VÉENEN.** Centre d'Estudis Demogràfics. 2000
9. **ELS JOVES CATALANS I L'HABITATGE.** Carme Trilla i Institut DEP. 2000
10. **L'ENTORN QUOTIDIÀ DELS ADOLESCENTS AMB MALALTIES CRÒNIQUES.**  
Joan Carles Surís, Russell Viner i Robert W. Blum. 2000
11. **TREBALL, VALORS I CANVI. LES RUPTURES EN LA PRECARIETAT.** Daniel Ortiz i Iván Miró. 2001
12. **GENERACIÓ @. LA JOVENTUT AL SEGLE XXI.** Carles Feixa. 2001
13. **JUGAR TREBALLANT, TREBALLAR JUGANT: LES IDENTITATS JUVENILS I EL DEBAT SOBRE OCUPACIÓ I OCIOSITAT.** Robert G. Hollands. 2001
14. **ELS CONTEXTOS CANVIANTS DE LA JOVENTUT AL SEGLE XXI.** Andy Furlong i Fred Cartmel. 2001
15. **MIGRACIONS INTERNACIONALS I POBLACIÓ JOVE DE NACIONALITAT ESTRANGERA A CATALUNYA.** Centre d'Estudis Demogràfics. 2001

16. **DE LES OPORTUNITATS DESIGUALS A LA MANCA IGUALITÀRIA D'OPORTUNITATS.** Les dimensions de gènere del canvi social i la joventut a Europa. Lynne Chisholm. 2001
17. **ELS TÈCNICS EN LA POLÍTICA DE JOVENTUT DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA CATALANA.** Pere Soler(coord.), Albert Bayot, Anna Planas i Josep Vila. 2002
18. **JOVENTUT, OKUPACIÓ I POLÍTiques PÚBLIQUES A CATALUNYA.** Ricard Gomà (coord.). 2003
19. **ENQUESTA ALS JOVES DE CATALUNYA 2002 –AVANÇAMENT DE RESULTATS–.** Joaquim Casal, Maribel García, Rafael Merino i Miguel Quesada. 2003
20. **LA IMMIGRACIÓ I EL TREBALL INTERCULTURAL A LES ENTITATS D'EDUCACIÓ EN EL LLEURE DE CATALUNYA.** Diego Herrera, Bernat Albaigés i Mercè Garet. 2003
21. **CULTURA JUVENIL I GÈNERE.** Roger Martínez. 2003
22. **EL TERRITORI I LA MOBILITAT MIGRATÒRIA DELS JOVES A CATALUNYA.** Juan Antonio Mòdenes i Joaquim Recaño. 2003
23. **ELS JOVES CATALANS I L'HABITATGE, 1999-2003.** Institut DEP. Carme Trilla. 2003
24. **CRISI DEL TREBALL I EMERGÈNCIA DE NOVES FORMES DE SUBJECTIVITAT LABORAL EN ELS JOVES.** Bernat Albaigés (dir.). 2004
25. **EMANCIPACIÓ DOMICILIÀRIA, LABORAL I FAMILIAR DELS JOVES A CATALUNYA.** Pau Miret. 2004
26. **ELS NOUS RURALS DEL PALLARS SOBIRÀ.** Eva Lluvich i Mònica Ortega. 2004
27. **LA SOBREQVALIFICACIÓ ENTRE ELS JOVES CATALANS.** Pau Serracant. 2005
28. **JOVES ADULTS I POLÍTiques DE JOVENTUT A EUROPA.** Premi Joventut 2003. Juan Manuel Patón. 2005
29. **ELS COMPORTEMENTS ALIMENTARIS DELS I LES JOVES EN EL PROCÉS D'EMANCIPACIÓ.** Elena Espeitx (dir.). 2006
30. **ADOLESCÈNCIA FEMENINA I RISC SOCIAL.** Premi Joventut 2005. Anna Berga. 2007
31. **LA INFLUÈNCIA DE L'EDAT EN EL COMPORTEMENT ELECTORAL A CATALUNYA.** Raül Tormos. 2007
32. **IDENTITAT, INTEGRACIÓ I ESCOLA. ELS JOVES D'ORIGEN MARROQUÍ A LA PERIFÈRIA DE BARCELONA.** Premi Joventut 2006. Jordi Pàmies. 2008

33. **PARTICIPACIÓ, POLÍTICA I JOVES.** Una aproximació a les pràctiques polítiques, la participació social i l'afecció política de la joventut catalana. Isaac González, Jordi Collet i Josep Sanmartín. 2008
34. **FER-SE ADULT. SOCIOLOGIA COMPARADA DE LA JOVENTUT A EUROPA.** Cécile Van de Velde. 2008
35. **LES TRANSICIONS DE LA VIDA ADULTA EN EL CONTEXT DE LA GLOBALITZACIÓ.** Carles Simó. 2008
36. **UNA NOVA ESCENA DEL DRAMA ENTRE VELL I JOVE / NEW PERFORMANCE OF THE OLD VS. YOUNG DRAMA.** Zygmunt Bauman. 2008
37. **ENQUESTA A LA JOVENTUT DE CATALUNYA 2007.** Pau Miret, Antoni Salvadó, Pau Serracant i Roger Soler. 2008
38. **CATALAN YOUTH SURVEY -2007 EDITION-**. Pau Miret, Antoni Salvadó, Pau Serracant i Roger Soler. 2009
39. **ESTRATÈGIES, TRAJECTÒRIES I APORTACIONS DE JOVES TRANS, LESBIANES I GAIS.** Gerard Coll-Planas, Gemma Bustamante i Miquel Missé. 2009
40. **STRATEGIES, TRAJECTORIES AND CONTRIBUTIONS OF YOUNG TRANSEXUALS, LESBIANS AND GAYS.** Gerard Coll-Planas, Gemma Bustamante i Miquel Missé. 2010
41. **JOVES D'ORIGEN IMMIGRANT A CATALUNYA. NECESSITATS I DEMANDES.** Una aproximació sociològica. Amado Alarcón i Rosa Alcalde. 2010
42. **THE NEEDS AND DEMANDS OF YOUNG PEOPLE OF IMMIGRANT ORIGINS IN CATALUNYA.** A sociological approximation. Amado Alarcón i Rosa Alcalde. 2010
43. **LLENGUA I JOVES.** Usos i percepcions lingüístics de la joventut catalana. Joan Pujolar, Isaac González, Anna Font i Roger Martínez. 2010
44. **CONDICIONS DE VIDA I HÀBITS SOCIALS DE LA JOVENTUT DE CATALUNYA.** Cristina Sánchez. 2010
45. **MITJANS DE COMUNICACIÓ I JOVES.** Anàlisi de la situació, mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves. Mònica Figueras i Marcel Mauri. 2010
46. **CULTURA I JOVES II.** Hàbits culturals i polítiques públiques. Xavier Fina, Martí Comas, Marta Domènech, Sònia Marzo i Carles Spà. 2010
47. **SALUT I JOVES.** Dels contextos i les pràctiques de risc a les polítiques de promoció de la salut. Josep Espluga (coord.). 2010



48. **GENERACIÓ “NI-NI”, ESTIGMATITZACIÓ I EXCLUSIÓ SOCIAL.** Gènesi i evolució d'un concepte problemàtic i proposta d'un nou indicador. Pau Serracant i Melendres. 2012
49. **LA PROMOCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ JUVENIL DE L'ACCIÓ COMUNITÀRIA.** Aportacions d'un estudi de cas. Premi Joventut 2010. Marta Ballester i Frago. 2013
50. **MOVIMENTS SOCIALS I JOVES ACTIVISTES.** Una aproximació qualitativa de la participació de la joventut en organitzacions polítiques no convencionals. Jordi Mir Garcia (coord.). 2013
51. **DEMOCRÀCIA, PARTICIPACIÓ I JOVENTUT.** Una anàlisi de l'Enquesta de participació i política 2011. Roger Soler i Martí. 2013
52. **ENQUESTA A LA JOVENTUT DE CATALUNYA 2012.** Una mirada global a les persones joves en temps de crisi. Pau Serracant i Melendres i Saleta Fabra i Anton. 2013
53. **LA NOVA PAGESIA: RELLEU GENERACIONAL EN EL MARC D'UN NOU PARADIGMA AGROSOCIAL.** Neus Monllor i Rico. 2015

## COL·LECCIÓ **APORTACIONS**

Una aproximació sintètica a la situació  
i les necessitats de la joventut a Catalunya

La societat en què vivim està fortament influenciada per l'ús massiu de les tecnologies de la informació i comunicació (TIC). La seva aparició ha canviat els mitjans d'accés als continguts audiovisuals i els continguts en si, així com les formes de participació ciutadana. I són les persones joves les qui encapçalen l'apropiació d'aquestes tecnologies. Pels joves que han crescut a l'era digital, accedir a continguts en línia s'ha convertit en la seva cultura nativa i les xarxes socials, els dispositius mòbils i la hiperconnexió són la seva quotidianitat. En aquest context, és necessari reflexionar sobre la relació de les persones joves amb aquestes tecnologies: com les utilitzen? Quins reptes suposen per a la seva inclusió? Quins riscos representen i quines oportunitats ofereixen? i com podem prevenir-los i potenciar-les? La present publicació ofereix un estat de la qüestió del coneixement actual sobre joves i TIC i formula un seguit de recomanacions per orientar les intervencions públiques.



Generalitat de Catalunya  
**Departament de Treball,  
Afers Socials i Famílies**