

## **ROXANA MORDUCHOWICZ: LA GENERACIÓN MULTIMEDIA. SIGNIFICADOS, CONSUMOS Y PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS JÓVENES.**

Editorial: Paidós

Primera edición, Marzo 2008

Reseña: Marisa Rigo

En la actualidad los jóvenes se autodefinen por su relación con la cultura popular, que es construida por los medios de comunicación, la música. Por espacios que les pertenece y los representa como tales. Son los consumos culturales de los jóvenes los que ayudan en la construcción de su propia identidad.

El libro "La generación multimedia" analiza el papel de la cultura popular en la vida de niños y adolescentes de 11 a 17 años, estudiando el acceso a los medios de comunicación y tecnologías, profundizando en el significado y la práctica que se hace con estos.

La autora de este libro, Roxana Morduchowicz, basó su investigación, a partir de un cuestionario conformado por 120 preguntas (multiple choice), distribuido a 3300 jóvenes, entre 11 y 17 años, durante el año 2006 Argentina, en el marco del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación. Las preguntas giraban en torno al acceso, el significado y los modos de uso que hacen los adolescentes de la televisión, la radio, el diario, las revistas, la música, los libros, el teatro, el cine, la computadora e internet.

Acceso, usos, significados y sociabilidades de los jóvenes en relación con los medios y las nuevas tecnologías son los ejes por los que estuvieron atravesados los cuestionarios.

Se estudió la relación de la sociedad y la escuela con los medios. Dejando en claro como reiteradamente, la televisión era considerada un enemigo poderoso, cuya influencia negativa debía ser eliminada, al vincularla con la irrealidad, la distracción y la ficción. Sin embargo, con el transcurso del tiempo, se creía que los medios eran la oportunidad para la democratización del saber y la cultura, para la amplificación de los sentidos y la potenciación del aprendizaje.

Con el objetivo de conocer la relación de la audiencia con los medios de comunicación, Roxana Morduchowicz realizó un recorrido sobre los estudios de recepción centrados en el público, desde la Teoría de los Efectos, pasando por la Teoría de los Usos y Gratificaciones y Estudios Culturales.

El libro constantemente hace referencia a que los jóvenes no se dan cuenta del mundo vertiginoso en el que viven, un mundo dinámico, de continua estimulación y donde todo es simultáneo. Son los adultos quienes perciben las rupturas tecnológicas y los nuevos usos sociales de los medios que deben ejercer. Para Joan Ferrés, el zapping es la manifestación más evidente de un comportamiento donde predomina un enfoque que se podría denominar mosaico. Los chicos de hoy viven en la fragmentación, la provisionalidad, la búsqueda de inmediatez y experimentan una intensa y constante sensación de impaciencia.

La generación de 11 a 17 años, desde que nació fue la primera en conocer un panorama mediático diversificado, ya que nacieron junto con la gran revolución audiovisual. Son los chicos los que aprenden a usar al mismo tiempo un control remoto, un celular y una computadora.

La autora retoma el concepto de *entorno mediático* de Sonia Livingstone para superar el análisis de cada medio de comunicación por separado y pasar a preguntarse por la interacción y la relación entre los

diferentes medios, además de estudiar la inserción en los diferentes espacios de la vida diaria. Esto permite que se pueda explorar de qué modo un nuevo medio de comunicación complementa al anterior y cómo las personas conviven en la diversidad mediática.

No existe una relación lineal entre acceso y uso. El acceso no asegura el uso y el uso no significa acceso. Entre ambos existe un contexto, un significado, un entorno. En los resultados de los cuestionarios quedó en claro que la computadora no es un bien accesible en todas las casas, pero esto no significa que los chicos que no tienen una PC en sus hogares no la utilicen, ya que pueden disponer de éstas en locutorios, cybers. De esta forma el espacio exterior y el espacio íntimo comenzaron a superponerse, con lo que se fueron perdiendo los límites clásicos entre lo público y lo privado. Según Nestor García Canclini el equipamiento individual y el universo cultural es un marcador de clase que cada uno lleva consigo a múltiples escenarios.

Con respecto de la valoración que hacen los jóvenes de los medios y las nuevas tecnologías, el entretenimiento es el principal factor. Un claro ejemplo como la música que es definida por ellos como la marca de identidad y el indicador fundamental del paso de la infancia a la adolescencia, en todos los sectores sociales. El carácter portátil y su accesibilidad hacen que sea un consumo esencial.

La investigación logró obtener diferentes datos, como que existen medios accesibles, pero no deseados, (libros) y medios ausentes pero muy deseados (la computadora e Internet, para cuyo acceso y uso los jóvenes salen de la casa).

Según la autora, los jóvenes de hoy son la *generación multimedia*, no solo por la variada oferta mediática de que disponen, sino por el uso en simultaneo que ejercen de ella, es decir que mientras miran televisión hacen la tarea, escuchan música, hablan por teléfono y navegan por Internet.

Sin embargo, al momento de elegir los adolescentes prefieren el afuera con los amigos y no el adentro con los medios cuando hacen uso de su tiempo libre.

La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes, refleja claramente las prácticas y usos que los jóvenes hacen con los medios, y los significados que les otorgan, para entender el mundo tecnológico en el que viven junto a sus pares y el cual no le es indiferente, sino que los atraviesa desde su nacimiento.

#### BIBLIOGRAFÍA:

Ferrés, Joan; *Educar en una cultura del espectáculo*, Paidós, Barcelona, 2000.

Livingstone, Sonia; *Young People and New Media*, Sage, Londres, 2003.

García Canclini, Nestor; *La modernidad en duda*. Inédito. 2006.