



# “Adolescencia y Comunicación”

Cómo las nuevas tecnologías “Redes Sociales” han cambiado la comunicación en los adolescentes

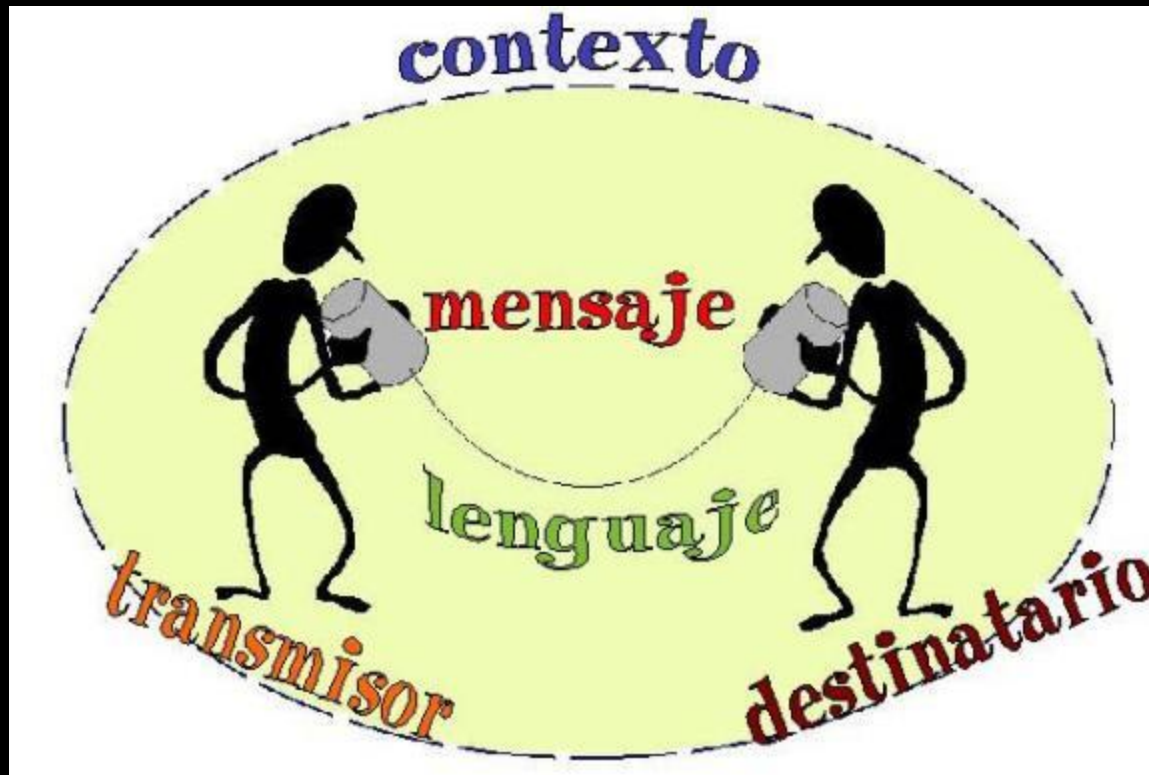
Gustavo Saavedra Calle

Comunicador  
Director y Creativo



# COMUNICACIÓN

- Transmisión de información de una entidad a otra bajo un código compartido en un contexto dado.



# ADOLESCENCIA

- Periodo de **cambio biológico, psicológico, sexual y social** entre los 10 y 19 años (OMS)
- **Dificultad** de comunicación con **figuras de autoridad**.
- Buscan la **PERTENENCIA** a algo (Grupos)
- Buscan **COMPARTIR** ideas con sus pares
- **Contrucción Occidental** (Margaret Mead)



# CEREBRO ADOLESCENTE

- Interés por cosas nuevas
- Interés por el conocimiento
- Búsqueda de la independencia
- Propenso a tomar grandes riesgos y así volverse más vulnerables



# ERA DIGITAL

- Sobrecarga de información
- Calidad de la información
- Capacidad de filtrar información
- Educación: “Metodo de búsqueda de información”
  - Aplicable en colegio
  - Muerte del paporreteo





# ERA DIGITAL

## NATIVOS DIGITAL\*

- 1990 – actualidad
- Cerebro sabe buscar y filtrar información
- Inmediatez
- Sabe como utilizar instrumentos digitales, aún si no los conozca



## GENERACIÓN VISAGRA

- 1970 – 1990
- Memoriza y sabe buscar
- Sabe agilizar procesos
- Es analógico y digital
- Su cerebro se estaba terminando de formar al aparecer la era digital, se adaptó

## INMIGRANTE DIGITAL\*

- Antes – 1970
- Cerebro memoriza
- Procesos demoran
- No sabe utilizar instrumentos digitales, difícil que aprenda



\*Ibrain, Small y Vorgan



# INTERNET (WEB 2.0)

- **Compartir** y buscar información
- **Interoperabilidad** (Varios formatos al mismo tiempo)
- Diseño **centrado en usuario** y la **COLABORACIÓN**
- Permite interactuar entre si para **generar contenido en conjunto**





# USO DE INTERNET EN ADOLESCENTES

9 a 19 años en el **REINO UNIDO**:

**92%** tiene acceso a Internet en la **escuela**

**75%** tiene acceso en **casa**

(fuente: UK Children Go Online 2010)



Uso de **cabinas de internet** de  
9 a 18 años:

**62 %** en **Perú**

**47 %** resto de **Latinoamerica**

(fuente: Oficina Nacional de Gobierno  
Electrónico e Informática)



# NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

INTERNET  
(Web 2.0)  
+  
CELULAR



INALÁMBRICO  
(Smartphones,  
(Wi-fi, 3g, banda  
ancha)



# CELULARES Y ADOLESCENTES

- Adolescentes con celular en España: **97.9%**
- En un principio utilizado para **ubicar** a los hijos
- Utilizado por los hijos como **principal instrumento de comunicación**
- Principal uso: Mensajes de texto (**SMS o MMS**)



(fuente: Estudio de la Universidad Camilo José Sela, España 2010)



# EMOTICONS



=



# TEXTING

• ( =



# TEXTING Y EMOTICONS

## TEXTING

- Diseñado para **simplificar** la comunicación
- Usado cuando **no** se puede acceder a una llamada de voz
- **Límite** de caracteres.

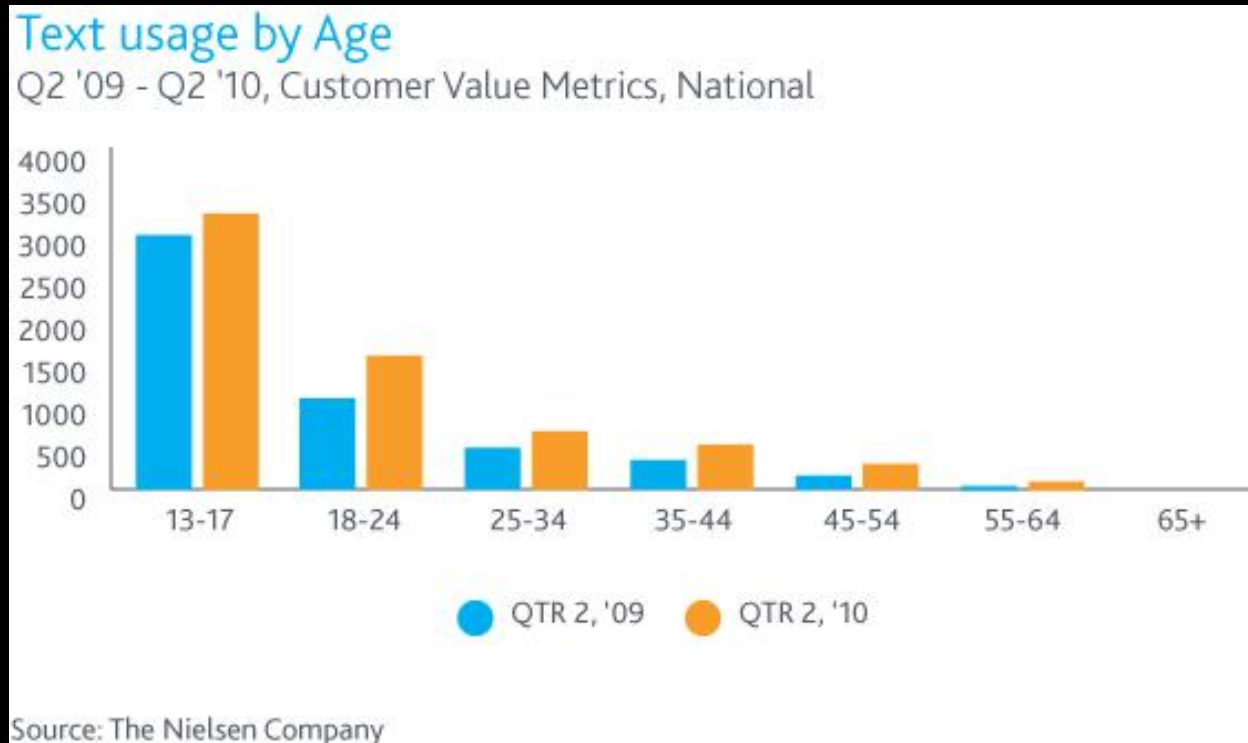
## EMOTICONS

- Diseñado para **reemplazar expresiones** faciales
- Para transmitir **conceptos** visuales o ideas.





# TEXTING EN ADOLESCENTES



- Ahora la **comunicación diaria principal** entre adolescentes es a través de este código. Hasta para el **sexo** (sexting)."
- **90 %** Prioriza un SMS a llamar (fuente: La Nación, Argentina)
- Las adolescentes envían **4050 sms** al mes
- Los adolescentes envían **2,539 sms** al mes
- (fuente: Nielsen Texting Stats, EE.UU, 2010)



# PROBLEMAS DEL TEXTING

- Desaparición del **lenguaje corporal** (no reconocen expresiones)
- **Deformación** del lenguaje (abreviación)
- **Trampa** en exámenes (prohibición)
- **Bullying** (gossip girl, ostigación)
- **Mala percepción** de los profesores (abreviadores son percibidos como - inteligentes, -responsables, - motivados –estudiosos -trabajadores)
- Los jóvenes no ven de **mala educación** textear mientras conversan con alguien (respeto)
- Manejar y textear (**combinación mortal**)



# VENTAJAS DEL TEXTING

- Simplicidad del mensaje
- Ahorro de tiempo
- Capacidad de poder comunicarse sin interrumpir al resto o la actividad que se hace
- Lenguaje más directo



# SMARTPHONES

- Convergencia **multimediática**
  - Aparatos con múltiples capacidades mediáticas (música, video, internet, teléfono, sms, lectura, fotografía, infinitas aplicaciones)
- Acceso a internet (**Web 2.0**) en las manos
- Se están convirtiendo en el **standard** del mercado
- Capacidad de **llevar** la información a todos lados



# CAPACIDADES DEL SMARTPHONE

- Acceso a redes sociales (**Web 2.0**)
- Comunicación GLOBAL (**Internet inalámbrico**)
- Más de **1 millón de apps** para Iphone y Android





- Herramienta **SOCIAL**
- Creada por Mark Zuckerberg, un sicólogo y programador informático
- 13 años es la edad mínima para abrir un perfil en Fb. (Igual se puede mentir)
- **839,073,380** Usuarios
- Intercambio mediante el **POST** (**microbloging** o **publicación**)







# USUARIOS 2012

## PAISES CON MAS USUARIOS

- 1. EE.UU.: 157,067,260
- 2. India: 45,899,920
- 3. Brasil: 45,340,600
- 4. Indonesia: 42,482,060
- 5. Mexico: 32,950,780
- 6. Tuquía: 30,884,880
- 7. Reino Unido: 30,595,980
- 8. Filipinas: 27,247,220
- 9. Francia: 24,204,920
- 10. Alemania: 23,434,780

## LATINOAMERICA

- Brasil: 45.340.600
- Argentina: 18.226.180
- Venezuela: 16.302.140
- Chile: 9.113.700
- Perú: 8.331.220
- Ecuador: 4.381.560
- Bolivia: 1.567.880
- Uruguay: 1.504.480
- Paraguay: 1.010.560
- Guayana: 121.360
- Suriname: 90.180
- Guyana Francesa: 61.580

(fuente: edukcion)

20 % SON ADOLESCENTES





# ¿POR QUÉ FUNCIONA EN ADOLESCENTES?

- **Pertenencia** a un grupo (me gusta)
- Independencia (Perfil o usuario)
  - Yo administro mi **YO VIRTUAL**
  - El **YO PROYECTADO** (microbloging)
- Espacio para **COMPARTIR** ideas
  - POST (microblogging de foto, video, música, etc.)





# PROBLEMAS

- Agregar sin conocer (toma riesgos)
- Información personal es pública
- Información personal es vendida a empresas para estudios de mercado
- Dependencia del perfil digital
- Aislamiento de contacto físico, pero si contacto digital





# VENTAJAS

- Herramienta SOCIAL **integradora** (conocidos)
- Mantener un **contacto** a nivel multimedia con personas en el extranjero (fotos, video, musica, etc)
- Acceder a **contenidos** e información de gente con tus **mismos intereses**
- Pertenencia a una **comunidad** (IDENTIDAD)
- Generación de **AGENDA**
- Movilización de **MASAS**
- Es **GRATIS**



# SE REPITE EN OTRAS REDES SOCIALES





- Videoconferencia
- Capacidad de ver el lenguaje corporal
- Más cercano a una conversación real
- Mayor Intimidad y seguridad
- No eres tan anónimo





# NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN

- El desarrollo de la **Web 2.0** ha generado que las vías de comunicación se amplíen
- El **Nativo digital** tiene la posibilidad de comunicarse a través de **más medios** en **menos tiempo**
- Lo que más se esta **perdiendo**:
  - **EL TACTO**
  - **LA EMPATÍA**



# ¿CÓMO EVITARLO?

- Utilizar las **mismas herramientas (código)** que ellos utilizan para transmitir un mensaje positivo
- Utilizar a la **generación VISAGRA**, para poder utilizar las mismas herramientas y el mismo lenguaje para así lograr una **comunicación EXITOSA**
- Promover el intercambio digital con **PRUDENCIA y SEGURIDAD**
- Lo más importante: **¡¡ACTUALIZARSE!!**



# MÉTODOS

- Se puede utilizar las redes sociales para generar un mensaje viral
  - El mensaje debe ser corto y claro para mayor retención (saturación de información)
  - Se debe vender conceptos simples para llamar la atención (inmediatez)
  - Crear tendencia creativamente (grupo)
- Buscar líderes de opinión con un perfil afín que puedan generar agenda
  - Personajes más seguidos (twitter)
  - Páginas con más fans o suscriptores (Facebook)
  - Canales con más suscripciones (Youtube)
- Las redes sociales SON GRATIS, son un medio de difusión masiva accesible y configurable al público objetivo
  - Esto a la vez puede generar respuesta en medios regulares (tv, radio y prensa escrita)
  - Llega a más público



# MEME

- Unidad teórica de información cultural
- Gene y memoria
- Las buenas ideas trascienden, se esparcen en las redes y generan réplicas esparciendo el mensaje inicial y a la vez derivaciones
- Son estructuras vivientes de contenido que se esparce (MENSAJE VIRALE)

fuelle: Blackmore, Susan (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.



“Mantén la calma y dale nomás” 1939 – Británicos crean poster para subir la moral ante la invasión inminente Nazi. Nunca la usaron, en 2012 fueron expuestos en redes.



# MEME

Menten la calma  
y piénsalo



KEEP  
CALM  
AND  
DRAW

Menten la calma  
y dibuja



Menten la calma  
y ten fé



KEEP  
CALM  
AND  
HAVE  
FAITH



KEEP  
CALM  
AND  
STAY  
POSITIVE  
The Positive Pear

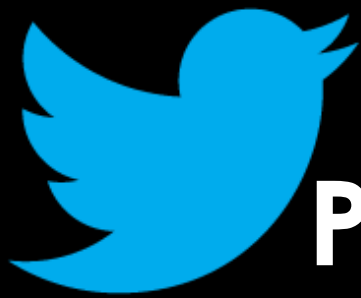
Menten la calma  
y mantente positivo



# OTROS MEMES







# PERSONAJES SEGUIDOS

1. Primer Lugar : Bruno Pinasco (@Brunopinasco ) con 29,160 seguidores
2. Segundo Lugar : Rosa Maria Palacios (@rmapalacios ) con 11350 seguidores
3. Tercer Lugar : Gonzalo Torres (@gonzalotorres ) con 9372 seguidores.
4. Cuarto Lugar : Claudia Cisneros (@claudiacisneros ) con 7404 seguidores.
5. Quinto Lugar : Chiara Pinasco (@chiara\_pinasco ) con 6198 seguidores.



# SUSCRIPTORES



FRED, canal de Youtube con más  
Suscriptores: 1,921,568 y  
940,264,969 visionados



Los medios de comunicación masiva, al igual que cualquier herramienta del hombre, dependen del uso que se les dé.

Un “post” puede hacer la diferencia.

Se debe dejar de satanizar a los medios de comunicación como elementos nocivos para nuestros jóvenes y más bien utilizarlos para generar una IDENTIDAD POSITIVA, generadora de cambio y bienestar.



Muchas gracias



## Bibliografía

- **IBRAIN. SURVIVING THE TECHNOLOGICAL ALTERATION OF THE MODERN MIND, GARY SMALL, MD AND GIGI VORGAN**
- **El Cerebro Adolescente, *Haciendo una diferencia hoy*. Society of Neuroscience 2007**
- <sup>^</sup> Lewandowski, Gary; Harrington, Samantha (2006). "The influence of phonetic abbreviations on evaluation of student performance". *Current Research in Social Psychology* 11 (15): 215–226.

