

Los jóvenes y las pantallas

Dra. Roxana Morduchowicz.

“Los adolescentes de hoy –dicen los adultos – no son como los de antes”. La afirmación tiene valor de verdad: los chicos del siglo XXI son la primera generación que ha conocido desde su infancia un universo mediático extremadamente diversificado: diarios, revistas, radios AM y FM, canales de TV abiertos y por cable, videojuegos, DVD, IPOD, MP3, MP4, celulares, Internet... La distinción entre medios nuevos y medios tradicionales no tiene, para los jóvenes de hoy, ningún sentido. Solo los adultos perciben estas rupturas tecnológicas y deben adaptarse a las constantes transformaciones mediático-culturales.

Como se ve, *las pantallas* –de televisión, de cine, de DVD, de celular y de computadora – son parte esencial de la cotidianeidad de los chicos. Se han naturalizado en sus vidas y forman parte importante de su identidad. Para los adolescentes de hoy, los medios de comunicación y las tecnologías son uno de los pocos espacios que les pertenecen, les hablan de ellos y a ellos. Les permiten entender quiénes son, cómo se los define socialmente, y cómo es y funciona la sociedad donde viven. Entre los medios, *las pantallas* son sin duda fundamentales en la construcción de su identidad. Por ello, precisamente, no sorprende que los padres elijan las pantallas (especialmente de televisión e Internet) cuando se les pregunta qué creen ellos que ejerce mayor influencia en la formación de los niños. El orden en la respuesta es la televisión, Internet –y muy lejos – la escuela y los padres.

La presencia de las pantallas no es exclusiva de los chicos. Hoy, en las casas argentinas hay más pantallas que libros. En todos los hogares con niños y adolescentes hay televisión (un 70% tiene más de un aparato televisivo), la mitad tiene DVD, casi el 40% tiene computadora y un 20% tiene conexión a Internet. En relación a los medios gráficos, en cambio, cuatro de cada diez domicilios dice tener pocos o ningún libro (excluyendo los que pide la escuela) y un 40% compra diarios, pero solo una o dos veces por semana.

No sorprende que en los hogares haya más pantallas que libros. Porque lo mismo sucede en la vida diaria. Esta es la era de la pantalla global. Pantalla en todo lugar y en todo momento; en las tiendas y en los aeropuertos, en los restaurantes y en los bares, en el metro, en los coches y en los aviones; pantallas de todos los tamaños, planas, completas, minipantallas móviles; pantallas para cada cual, pantallas con cada cual; pantallas para

hacerlo y verlo todo. Nada escapa ya a la pantalla. Nunca hemos tenido tantas pantallas. No solo para ver el mundo, sino para vivir nuestra vida. (Lipovetsky, 2009¹).

La presencia de pantallas en una casa, entonces, no puede sorprender. Las familias con hijos pequeños y adolescentes privilegian aún más los medios y las tecnologías audiovisuales.

Precisamente por ello, los chicos, a diferencia de los adultos, han aprendido al mismo tiempo a utilizar el control remoto de la TV, el equipo de DVD, el celular, el IPOD y la computadora. Las conversaciones con sus amigos giran tan pronto sobre la música de una FM, sobre una serie de TV, sobre una película que vieron en el cine o sobre un nuevo sitio web que descubrieron navegando en Internet. Sólo los libros –en su forma más tradicional y sin imágenes- les parecen « viejos » y en blanco y negro. Los libros suponen para ellos una lectura lineal que difiere de sus prácticas habituales con los otros medios.

Las diferencias de esta generación con las anteriores, sin embargo, no residen sólo en la aparición de las nuevas pantallas. También varió el espacio físico que los medios ocupan en la casa. Los medios de comunicación han sufrido una suerte de « privatización » y encuentran hoy un lugar privilegiado en el dormitorio de los chicos. Desde pequeños, conviven en su cuarto la TV, la radio, el DVD, los videojuegos, el equipo de CD y para muchos, además, la computadora. Los chicos de hoy hacen un uso solitario de los medios exento de toda presencia adulta.

Entre las pantallas de que disponen hoy los chicos, una de ellas interesa especialmente en las páginas de este libro: **el cine**. Si bien es cierto que –de acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumos Culturales de adolescentes²- un 40% de los chicos no fue al cine en el último año, es importante decir que el principal motivo para la mayoría de ellos fue *económico*. Nadie eligió la opción “porque no me gusta” y todos aseguraron que ven cine en televisión. El cine es –para los chicos y adolescentes- un entretenimiento importante, aun cuando muchos de ellos solo accedan a él por televisión, DVD y más recientemente por Internet.

Facilitar el acceso al cine no es un tema menor. Las películas hacen algo más que entretener. El cine, no sólo refleja la cultura, sino que la conforma. Permite conocer la visión que una sociedad tiene de sí misma y es por ello un punto de partida común, desde

¹ Lipovetsky Gilles (2009). La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era híper moderna. Anagrama. Barcelona

² Realizada por el Ministerio de Educación de la Nación, 2006

el cual las personas pueden dialogar y repensar sus propias historias, como individuos y como sociedad.

Las películas desempeñan un papel fundamental en la vida de los chicos. Porque –como dijimos- la cultura popular es uno de los espacios más importantes en que los niños y jóvenes construyen su identidad y descubren cómo se los define socialmente.

Los chicos aprenden de los filmes. Las películas reflejan nuevas formas de alfabetización, en la medida en que participan activamente en la construcción del saber. Los filmes que los chicos ven, permiten que el aula no sea el único espacio de aprendizaje y amplían las posibilidades de enseñar múltiples maneras de leer y escribir el mundo.

Por ello, es tan importante que los chicos puedan **ver cine en el cine**. Cuando un chico está excluido de la pantalla grande, no pierde solamente la posibilidad de conocer un realizador o un filme. La exclusión del cine forma parte de la exclusión cultural y social a la que se ven expuestos no pocos adolescentes en la Argentina.

Cuando los chicos no pueden ir al cine, ven también limitado su capital cultural. Un capital cultural indispensable para comprender una realidad cada vez más compleja, que exige un ciudadano más informado, sensible, reflexivo y con una visión amplia de un mundo que ya no es tan “ancho y ajeno”.

« Los chicos de hoy no son como los de antes ». Es verdad. Pero no por la nostalgia del pasado. Sino, sobre todo, por la cultura juvenil del presente.

Por Roxana Morduchowicz

Doctora en Comunicación de la Universidad de Paris

Directora del Programa Escuela y Medios en el Ministerio de Educación de la Nación