

Introducción

Ruth S. Contreras Espinosa

Cecilia Ugalde Sánchez

Las Redes Sociales se han convertido en parte de nuestras vidas brindando nuevas formas para establecer relaciones, interactuar, intercambiar información, compartir, e incluso, han propiciado un cambio en los modos en los que nos comunicamos. Estos medios sociales, se pueden entender como sistemas que permiten establecer relaciones de diversas maneras, construir y fortalecer redes sociales, además de ser un espacio en el cual se da el intercambio de diversa información. De manera general, los adolescentes acuden a medios como Instagram, YouTube, Tik Tok, Twitch, Twitter, Discord o Reddit, entre otros medios a los que tienen acceso. En España, el 'Estudio de Redes Sociales 2021', elaborado por IAB Spain y Elogia, indica que las redes sociales más utilizadas por número activo de usuarios, son: Whatsapp (se mantiene como la red social con más usuarios), seguida de Facebook y YouTube (con un porcentaje de uso muy similar), TikTok (la red que más crece) y en cuarto lugar Instagram. Twitch y Discord se posicionan como las redes sociales donde los usuarios pasan más tiempo, pues el contenido que muestran, se presta a que su consumo en horas sea mayor.

Alrededor de este tema, diversos investigadores han intentado establecer taxonomías generacionales desde hace años, por ejemplo, Mannheim (1993), Edmunds y Turner, (2002) Berkup (2014) o Puiu (2016). En estas taxonomías se detalla que las personas que componen a una generación comparten ciertas características y gustos similares. Pero la edad no es solo un aspecto a tomar en cuenta, un análisis cualitativo de las características que unen a los miembros de una generación incluye la similitud de acontecimientos que caracterizan o marcan un tiempo y a un grupo de personas (Carpintero y Lafuente, 2007). De esta manera nos encontramos ante diferentes clasificaciones de generaciones: la Generación Y o *Millennials* (nacidos entre 1980 y 2004); la Generación X (nacidos entre 1960 y 1980); la Generación Y (nacidos entre 1943 y 1960); los *Baby Boomers* (nacidos entre 1943 y 1940); y la Generación silenciosa (nacidos antes de 1943). Autores como Olivares y González (2016) proponen incluso una modificación de la anterior denominación dando como resultado cinco clasificaciones: la Generación silenciosa: (nacidos entre 1922 y 1945); los *Baby Boomers* (nacidos entre 1946 y mediados de los años 60); la Generación X (nacidos desde

mediados de los 60 a principios de los años 80); la Generación Y (nacidos desde mediados de los 80 hasta principios de los años 90); y la Generación Z (nacidos desde mediados de los 90 hasta el año 2009).

Esta última generación, llamada también *Screenager* agrupa a las personas con un alto interés y uso de las tecnologías y medios actuales entre los que se encuentran las redes sociales, los videojuegos, la realidad virtual o aumentada, entre otros. Este grupo generacional es el que nos interesa en este libro. Normalmente están habituados a comunicarse, relacionarse, generar y compartir contenido y buscar y hallar lo que demandan en tiempo real (Lub et al., 2016). También destacar que este grupo se caracteriza por proporcionar una respuesta rápida e inmediata y mantener un deseo de estar en continua interacción con los demás. Mayoritariamente son competentes en el uso de las tecnologías a las que han accedido autodidactamente. Lub et al. (2016) añaden además, que los *Screenagers* muestran una clara preferencia por lo visual y tienen facilidad para desenvolverse en los entornos digitales, debido a la gran intensidad de uso de estos medios. Gracias a las redes sociales y a estas nuevas generaciones han nacido incluso nuevas profesiones como los *edutubers* (personas que usan Youtube para compartir sus conocimientos y suelen ser expertos en algún tema en particular) y también los *streamers* (locutores que realizan emisiones), que se dedican a crear tutoriales de videojuegos en video y transmisiones de videojuegos en vivo. Ambos casos se analizan en este libro en los capítulos “Edutubers, influencers y Tiktok en la educación a partir de la COVID-19” de Cecilia Ugalde y Catalina González, y en “Tutoriales en video y transmisiones de juegos en vivo: oportunidades para crear estrategias de aprendizaje informal” de Ruth S. Contreras Espinosa y Jose Luis Eguia Gomez.

Desde el punto de vista de la comunicación, la interacción entre tecnología y sociedad ha supuesto una revolución que está condicionando la manera en la que construimos y distribuimos los discursos del nuevo milenio (Álvarez y Romero (2018). Este tema se amplía en el capítulo “La frikiplaza como espacio de convergencia transcultural: la socialización en redes sociales de los jóvenes de la ciudad de México” de José Ángel Garfias Frías y Clara Cisneros Hernández. La diversificación de pantallas permite a los jóvenes acceder y permanecer constantemente conectados a las diferentes redes sociales, mandando y recibiendo información. El proceso comunicativo se vuelve más activo, hasta convertirse en el objetivo principal en torno al cual se construyen sus relaciones. Es por ello que podemos hablar de nuevos procesos comunicativos, un tema que se trata en “La construcción del entorno de juego en los juegos de realidad alternativa. Aproximación teórica-crítica a los nuevos procesos comunicativos de los jóvenes jugadores” capítulo escrito por Aldegani Emiliano y Caballero Contreras Jimena Yisel.

Las redes sociales también han propiciado nuevas formas para entablar relaciones, en el trabajo, intercambiar información en la universidad, compartir o trabajar de manera colaborativa. En “Redes sociales como apoyo académico para el aprendizaje de los estudiantes de bachillerato de Ecuador” de Lucy Andrade-Vargas y Diana Rivera-Rogel, y en “Educación remota emergencial en tiempos de distanciamiento social e interacciones con adolescentes” de Cecília Oliveira Boanova, Raquel Paiva Godinho y Catiúcia Klug Schneider, se amplia la forma en que los jóvenes trabajan e interactúan con las redes sociales en la educación, utilizando, por ejemplo, Instagram.

Pero no debemos olvidar que estas nuevas formas de relacionarse, así como los nuevos vínculos generados gracias a las redes virtuales traen consigo cambios en nuestros estilos de vida que pueden tener consecuencias inesperadas. Estar constantemente conectados a Internet nos brinda la oportunidad de generar nuevos conocimientos y aprendizajes (Mañas y Roig, 2019), pero incluso puede conducir a crear factores de vulnerabilidad, consecuencias negativas (ansiedad, malos hábitos, etc.), deteriorar las habilidades sociales (Herrera y Pacheco, 2010) o afectar a nuestra intimidad (Oliva Marañon, 2012). Es por ello que en nuestro ultimo capítulo, se aborda el tema “Filosofía de la salud y divulgación de la intimidad en la era digital” donde Amada Cesibel Ochoa-Pineda argumenta la necesidad de una mayor seguridad para los jóvenes, y, en especial, anima a los progenitores a evaluar de manera idónea los riesgos evidentes y crecientes que supone poner en manos de sus hijos diversos dispositivos.

Referencias

- Álvarez, E. y Romero, M. F. (2018). Epitextos milénicos en la promoción lectora: morfología multimedia de la era digital. *Letral*, 20, pp. 71-85.
- Berkup, S.B. (2014). Working with Generations X and Y in Generation Z period: management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Science*, 5(19):218–229
- Carpintero, H., y Lafuente, E. (2007). El método histórico de las generaciones: el caso de la psicología española. *Revista de Historia de la Psicología*, 28(1), pp. 67-85.
- Edmunds, J., y Turner, B. S. (2002). *Generations, Culture and Society*. Buckingham: Open University Press.
- Herrera, M., Pacheco, M., Palomar, J. y Zavala, D. (2010). La adicción a Facebook relacionada con la baja autoestima, la depresión y la falta de habilidades sociales. *Psicología Iberoamericana*, 18 (1), 6-18.
- IAB Spain (5 de mayo 2021). *Estudio de Redes Sociales 2021*. Recuperado el día 12 de noviembre de 2021 de: <https://iabspain.es/sin-acceso/?download-id=55091>
- Lub, X., Bal, M., Blomme, R. y Schalk, R. (2016). One job, one deal or not: do generations respond differently to psychological contract fulfillment? *The International Journal of Human Resource Management*, 27 (6) (2016), pp. 653-680
- Mannheim, K. (1993). El problema de las generaciones. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 62, pp. 193-244.
- Mañas Pérez, A. y Roig Vila, R. (2019). Las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito educativo. Un tandem necesario en el contexto de la sociedad actual. *Revista Internacional d'Humanitats*, 45, 75-86. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/82089>
- Olivares, S.A. y González, J.A. (2016). La generación Z y los retos del docente. En I. Velasco y M. Páez (eds.). *Los retos de la docencia ante las nuevas características de los estudiantes universitarios* (pp. 116-133). México: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Oliva Marañon, C. (2012). Redes sociales y jóvenes, una intimidad cuestionada en Internet. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 53.
- Puiu, S. (2016). Generation Z- A new type of consumers. *Young Economists Journal*, 13(27), 67–78.