

## ¿CÓMO ABORDAMOS LAS REDES SOCIALES VIRTUALES EN GIPUZKOA?

Para analizar la situación hemos utilizado tres fuentes de información: una entrevista con Gorka Julio<sup>1</sup> – especialista informático, con el que hemos tanteado nuestra realidad actual y pautas de futuro–; una segunda entrevista con dos responsables – Nagore Sanz e Izaskun Ropero <sup>2</sup> – del Centro Territorial de Información y Documentación Juvenil; y, por último, el análisis en la red de la presencia de los servicios locales de información juvenil.

En la entrevista con Gorka Julio hemos confirmado que existen similitudes importantes entre la realidad que viven los y las jóvenes de Gipuzkoa y las conclusiones extraídas en estudios realizados a escala internacional y estatal. En la siguiente lista hemos querido definir una serie de ideas que nos ayuden a entender cómo actúan ellos y ellas en su comunicación 2.0.



✘ El concepto de red social no es lo más idóneo, ya que mayoritariamente la red ya existe y son las personas pertenecientes a esos grupos sociales (cuadrilla, grupo de deporte, amigos del instituto...) las que interactúan o comunican a través de un nuevo sistema (virtual). Por lo tanto no podemos hablar de redes sociales como algo nuevo, sino más bien como una prolongación de lo que ocurre en el ámbito presencial. Sería más apropiado hablar de redes sociales virtuales.

✘ La edad con que comienzan a participar en redes sociales la sitúa en la franja de edad de 12-16 años, diferenciando un segundo grupo de aquéllos que tienen entre 16 y 18 años y, por último, el grupo más experimentado, a partir de los 18 años.

✘ Las personas de 12-16 años disponen en ese intervalo de edad de un medio para relacionarse que no hemos conocido generaciones anteriores. Y esto sí que parece haber influido en sus pautas de comportamiento. En ese sentido, podríamos decir que las etapas o vivencias se han adelantado. O sea, el tipo de relaciones que se daban hace una década con 16-18 años, porque la gente comenzaba a moverse a otros pueblos o porque iba a la universidad, se empiezan a dar a edades más tempranas. Así, se puede decir que el tipo de relación no varía, simplemente se adelantan etapas evolutivas y tienen mayor facilidad de relacionarse con otras personas sin necesidad de moverse físicamente.

✘ Se puede decir que en la primera etapa las relaciones de la persona joven están determinadas por las personas adultas (padres-madres, educadores/as...), y es a partir de los 16-18 años cuando los y las jóvenes empiezan a decidir con qué grupos desean relacionarse. En este sentido, Internet les ha dado mayor libertad, ya que se trata de espacios en los que no hay presencia adulta y son los propios usuarios los que deciden con quien quieren comunicarse. Ese ha sido uno de los mayores aciertos de Tuenti.

<sup>1</sup> Entrevista realizada a Gorka Julio (Elurnet empresa) en Andoain, por el grupo de investigación de Gazte Faktoria (16/02/2010).

<sup>2</sup> Entrevista realizada por el grupo de investigación de Gazte Faktoria a Nagore Sanz e Izaskun Ropero (04/02/2010). Centro Territorial de Información y Documentación Juvenil de Gipuzkoa. Diputación Foral de Gipuzkoa. Blog: [www.gipuzkoangazte.info](http://www.gipuzkoangazte.info) . @: [Ctj1@gipuzkoa.net](mailto:Ctj1@gipuzkoa.net) . Tfno. 900 110 111.

- ✘ Las personas jóvenes trasladan a las redes sociales virtuales los mismos códigos e incluso normas que tienen establecidas en las cuadrillas presenciales. Sin embargo, aunque intuimos que se mantienen unos roles similares, parece ser que la intimidación del sistema ayuda a intercambiar los roles preestablecidos en las personas del grupo.
- ✘ Las actividades más populares realizadas por los y las jóvenes en internet son: estar en las redes sociales, messenger, jugar individualmente o en red, descargar videos-películas-música-fotos y conseguir información para hacer los trabajos escolares.
- ✘ Las competencias para la comunicación 2.0, se inician con algún familiar o en el centro educativo, pero a partir de los 12 años podemos decir que son básicamente autodidactas. De vez en cuando pueden recibir la ayuda de algún joven experto, pero en la mayoría de los momentos el aprendizaje es experimental (ensayo: acierto-error).
- ✘ La edad ayuda a determinar la pertenencia a una red u otra. Hoy en día Tuenti atrae a una mayoría de jóvenes de 12-16 años y Facebook recibe en mayor medida a las personas que ya han cumplido más de 16/18 años.
- ✘ Las personas jóvenes al participar en las redes buscan encontrar un espacio de ocio donde prevalezca el “buen rollito”. De ahí, que las noticias o vídeos con mayor impacto social en la nube sean las creadas desde alguien como ellos y que comunica con humor y sencillez.
- ✘ Las personas jóvenes de entre 12-16 años son las que están más abiertas o “permeables” a la hora de ver la información ofrecida desde servicios de información juvenil. La clave en casi todos los casos suele ser acertar con aquello que les gusta o interesa. Será por tanto importante que aquello que les llegue tenga un formato atractivo. Una vez que un pequeño grupo de usuarios muestra interés es muy fácil que se difunda.
- ✘ Otra opción es buscar una persona de referencia (educador, monitor, profesor...) que esté en contacto con ellos en estas redes. Lograr compartir estas redes con ellos y ellas daría la opción de conocer de forma más directa cuáles son sus inquietudes, sus deseos, etc. Pero para ello, son las propias personas jóvenes las que deben decidir que esa persona esté en esa red, deben elegirla. Esta interacción daría pistas a la hora de plantear cuestiones que les interesan, pero para ello debe existir esa persona con la que deseen estar en contacto y puedan llegar a interactuar.

Una vez expuestos los indicadores de la situación global de las redes sociales virtuales, debemos completar el análisis de la realidad planteando la intervención que se realiza desde los servicios de promoción infantil y juvenil institucionales.

En el marco territorial, destacar la experiencia realizada en las redes sociales virtuales, de forma conjunta por la Dirección de Infancia y Juventud de la Diputación Foral y la Red de Oficinas y Puntos de Información Juvenil de Gipuzkoa (expuesta en el apartado 2 de este monográfico).

En el ámbito local, remarcar las experiencias desarrolladas por los servicios municipales de promoción infantil y juvenil en materia de



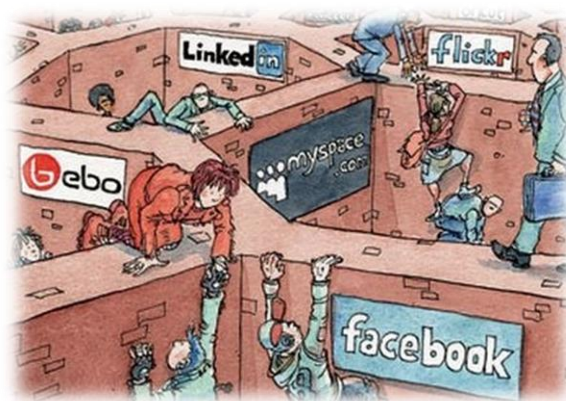
comunicación 2.0. Por ejemplo, la creación de blogs locales en el caso de Arrasate, Oiartzun, Irun, Donostia... El objetivo que ha empujado a la creación de estos instrumentos de comunicación ha sido insertar la información disponible en las oficinas presenciales en el mundo virtual.

## PISTAS PARA TRABAJAR EN COMUNICACIÓN 2.0

*Para dar un nuevo enfoque al trabajo que desempeñan los servicios de infancia y juventud en el ámbito de la información-comunicación juvenil, queremos plantear algunas propuestas interesantes a modo de conclusión.*

### SENSIBILIZACION:

- ✘ Trabajar con los medios de comunicación y la población adulta en cambiar la identificación de las redes sociales como foco de peligro o pérdida de tiempo.
- ✘ Sensibilizar a los responsables públicos, técnicos, educadores, padres-madres y a la sociedad sobre el valor de estas plataformas de comunicación que ayudan a la socialización de una manera muy similar a lo que hacen otras experiencias en grupo presenciales. Además, no sustituyen las relaciones del “mundo real”.
- ✘ Identificar las redes sociales virtuales como un espacio donde las actividades no son tan diferentes a la vida llamada real: hablar, jugar, ver fotos y videos, cotillear, organizar fiestas, hacer quedadas, dar y recibir información sobre temas, conocer amigos...
- ✘ Valorar las redes sociales virtuales como espacios de ocio virtual, donde los y las jóvenes se lo quieren pasar bien, riéndose, hablando...; pero también adquieren habilidades sociales gestionando su imagen personal, aceptando el feedback de sus conductas, perfeccionando su expresión personal ante el grupo...
- ✘ Reconocerlos como instrumentos en el proceso de socialización juvenil, y crear programas o servicios para formar, informar, asesorar e incluso dinamizar estos espacios.



### FORMACIÓN:

- ✘ Formar y asesorar a los adolescentes sobre aspectos técnicos y sociales del uso de las redes sociales a través de diferentes herramientas (wiki, asesoría on line,...).
- ✘ Educar digitalmente a los agentes activos del Sistema de Promoción de Infancia y Juventud para conseguir las competencias para crear nuevos lenguajes y nuevas maneras de ver este mundo.

**INFORMACIÓN:**

- ✘ Seguir trabajando en las redes para conseguir la participación e interacción con los y las jóvenes.
- ✘ Abrir nuevas vías o canales de comunicación aprovechando las opciones que ofrecen estas plataformas.
- ✘ Mejorar la calidad de otros servicios (boletines de información juvenil semanales, servicios de distribución de SMS...).
- ✘ Conseguir la presencia de todas las oficinas de información juvenil locales en las redes sociales virtuales.

**COMUNICACIÓN-DINAMIZACIÓN:**

- ✘ *Digitalizar la dinamización juvenil (avisos por internet, boletines electrónicos, libros electrónicos, material digital) en los diferentes servicios de la red del Sistema de Promoción de Infancia y Juventud.*
- ✘ *Experimentar en la dinamización de redes a través de personas referenciales (dinamizadores/as de gaztelekus, monitores/as de colonias, dinamizadores/as de programas de aventura...) aceptadas por los y las propios/as jóvenes y que sean invitados/as a participar en la red.*
- ✘ *Crear productos comunicativos inteligentes (imágenes, vídeos, comics, guías...) que aporten una nueva visión y puedan ser distribuidos en las redes sociales virtuales.*

Ampliar esta lista está en tus manos. Al fin y al cabo, nuestra intención es proponer ideas para la reflexión de aquellos agentes que trabajan en el ámbito de la promoción de la infancia y la juventud, y fomentar debates que ayuden a diseñar políticas que se adapten mejor a las necesidades cambiantes de este ámbito. **Anímate a mandar tus propuestas a la siguiente dirección de correo electrónico: [e-gaztemira@gipuzkoa.net](mailto:e-gaztemira@gipuzkoa.net)**