

# LA JUVENTUD COMO MOTOR DE LA SOCIEDAD DIGITAL: REFLEXIONES DESDE LA CIBERNÉTICA Y LA TEORÍA DE SISTEMAS

---

JUAN JOSÉ LABORA GONZÁLEZ<sup>21</sup>

*Universidade de Santiago de Compostela*

MAR DE SANTIAGO PÉREZ<sup>22</sup>

*Universidade de Santiago de Compostela*

## 1. INTRODUCCIÓN

Podemos comprobar cómo, en los últimos años, las concepciones de la esfera pública, del espacio público, de la digitalización, de las redes sociales o de la comunicación de masas se fueron ampliando, teniendo en cuenta la aparición, expansión y uso de las redes sociales digitales en el marco de la *Sociedad Red* y *Sociedad Informacional* (Castells, 2006a y 2006b). Castells definiría la Sociedad Red como “aquella cuya estructura social está compuesta por redes potenciadas por tecnologías de la información” (Castells, 2006a, p. 27). En el mismo sentido, Castells entenderá la estructura social como “aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, la experiencia y el poder” (2006a, p. 27). Por tanto, hallamos un drástico cambio en torno a los conceptos de comunicación, tiempo y espacio. A esto se suma el que, desde hace tiempo, en la literatura se destacan las posibilidades de conexión constante que permiten las redes sociales y –en general-, las nuevas tecnologías de información, produciendo la posibilidad de la hiperconexión y de la saturación de la información.

---

<sup>21</sup> <https://bit.ly/42bVWAP>.

<sup>22</sup> <https://bit.ly/3LUEauW>

Finalmente, en las últimas décadas, a partir de la aparición de la *Web 2.* (y *Web Semántica* y *Web 3.* continuadamente), se da una comunicación en un plano diferente y que responde a dos características principales: multidireccionalidad y descentralización. A estas características “estructurales” de la actividad comunicativa, cabe añadir una cuestión de contenido, la retroalimentación o *feedback*.

Se propone, pues, llevar a cabo un análisis de las nuevas formas de comunicación de la juventud. Este análisis se plantea desde una concepción holística, considerando tanto la comunicación verbal como la no verbal. Este se llevó a cabo dentro de los parámetros creados a partir de la teoría de sistemas y la sociocibernética, en la aplicación llevada a cabo por Virginia Satir y la Escuela de Palo Alto; teniendo en cuenta, cómo la propia comunicación puede trasvasar emociones que estén construyendo identidades sociales y de grupo en algunos sectores de población, como es el de la juventud, en función de las características que han desarrollado los nuevos movimientos sociales (Labora González y Fernández Vilas, 2021).

Pero, ¿qué es la comunicación? Watzlawick la definió sencillamente como un “intercambio de información” (1967/2006, p. 30). Por su parte, Marinés Suares la define como “un proceso, no es una acción, es un conjunto de acciones en la cual están comprometidos por lo menos dos seres vivos, que se relacionan y mutuamente producen modificaciones que son producto de interacciones” (2008, p. 102). Si seguimos con la definición de Watzlawick, pero vamos un poco más allá y nos preguntamos qué es la información, hemos de recurrir a Gregory Bateson (1979/2006) que la define como una diferencia que genera nuevas diferencias. Esta definición llevada al terreno de la interacción humana da como resultado: una diferencia en una persona (información) que genera nuevas diferencias en el receptor (nueva información).

Según Suares (2008) la comunicación humana como proceso se caracterizaría por:

- Incluirá a dos o más emisores-receptores.
- Entre ellos circulan uno o más mensajes.
- En una serie de intercambios de carácter circular.

- Mediante el uso de diferentes canales. En la actualidad, en este sentido, habría que analizar la posible influencia del carácter mediado de la comunicación, sobre todo por la intermediación de medios tecnológicos.
- Siendo congruentes, según el caso, los mensajes.
- Que producen una influencia mutua en los hablantes.
- El proceso de produce en un contexto espacial.
- También en un contexto histórico.
- Todo el conjunto acaba por generar una historia o narrativa. Como sostiene Barnett Pearce “somos lo que somos en la actualidad en virtud de la historia de nuestras conversaciones; éstas han tenido efectos pragmáticos en nuestras vidas. Somos la materialización de conversaciones” (Suarez, 2008, p. 130).

La comunicación, así entendida, se produce en un contexto de interacción entre las personas que se lleva a cabo en un espacio y un tiempo determinado. Ahora bien, habría que delimitar qué consideramos como público o privado; o si el espacio es digital y, en este caso, si se da en ámbitos en los que se produce la hibridación entre los espacios *online* y *offline*.

En este sentido, “somos lo que somos en la actualidad en virtud de la historia de nuestras conversaciones; éstas han tenido efectos pragmáticos en nuestras vidas. Somos la materialización de conversaciones” (Suarez, 2008, p. 130). Así pues, en los intercambios dialógicos se producen, y negocian, nuevos significados. A resultas de lo cual, la comunicación funciona como factor generador de identidad en las personas y los grupos sociales.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1.

- Plantear una definición de comunicación que permita un acercamiento holístico a la misma.

### 2.2.

- Describir cómo han afectado los cambios sociales producidos en las sociedades posmodernas a la comunicación de las personas jóvenes.

### 2.3.

- Estudiar si la manera de comunicarse de la juventud funciona como proceso generador de identidad.

## 3. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo se ha aplicado la técnica de la revisión bibliográfica. Esta se inscribe dentro de una investigación de tipo cualitativo.

La revisión documental llevada a cabo se centra en la literatura hecha desde la sociología, el periodismo y lo que se ha venido a denominar estudios de comunicación.

En este estudio se ha aplicado una estrategia holística. En este caso, esto significa que se concilian dos planos de análisis: la comunicación verbal y la comunicación no verbal. Además, se prima el abordaje de tipo hermenéutico, llevado a cabo dentro del paradigma constructivista.

## 4. LA COMUNICACIÓN: SIGNIFICADOS Y RUIDO

Todo el proceso comunicativo se organizaría a través de conversaciones, es decir, como diría el terapeuta Harry Goolishian (citado a través de Suares, 2008), intercambios dialógicos en los que se crean nuevos significados. Aunque debe tenerse en cuenta que el proceso comunicativo se puede ver dificultado o interrumpido por muchas causas (estas causas, sean del tipo que sean, se conocen con el término ruido). En este sentido, en primer lugar, un mismo significante puede tener varios significados. Pero puede haber más dificultades<sup>23</sup>: el olvido, el secreto, la mentira, la falta de congruencia entre la comunicación verbal y no verbal, el rumor, la confusión, el desconocimiento de códigos culturales, etc.

---

<sup>23</sup> Para la clasificación que se recoge a continuación me he inspirado, de manera libre, en Josep Redorta (2007).

Si definimos la comunicación como el proceso de dar y recibir información; esta incluiría tanto los aspectos verbales como los no verbales, así como, las técnicas usadas para interactuar y los modos para obtener, procesar y emitir información (Satir, 2002). Así pues, es básico aprender a comunicarnos bien, pero ¿qué significa esto? Para Satir (2002) significaría que sepamos con claridad lo que pensamos y sentimos (así como los que nos rodean), sobre todo en lo relativo a:

- Lo que hemos aprendido o lo que creemos saber.
- Lo que esperamos de otros.
- Cómo interpretamos lo que otros hacen.
- Cuál es la conducta que nos agrada y cuál es la que nos desagrada.
- Cuáles son nuestras intenciones.
- Cuál es la imagen que los otros nos dan de ellos mismos.

Pero esto puede ser más complicado de lo que puede parecer en un principio. De los problemas más comunes por el significado y uso de las palabras destacan (Satir, 2002):

- La generalización: creer que todos los casos son iguales.
- Intolerancia: lo que a mí me gusta (disgusta), ha de gustarle (disgustarle) a los demás.
- Las propias evaluaciones son completas: por tanto no pueden ponerse en tela de juicio.
- Naturalización: se dan por naturales las cosas: “las cosas son como son y no van a cambiar”.
- Dicotomización: ver todo en dos lados opuestos e irreconciliables, sin posibilidad de intermedios (todo es blanco o negro, bueno o malo...).
- Enjuiciamiento: adjudicar las evaluaciones al ser de las personas (ella es fea, él es egoísta...).

Para evitar este tipo de errores Satir (2002) propone el uso de tres habilidades básicas de comunicación: saber escuchar, retroalimentar y confrontar. La comunicación no sólo depende del otro, en todo proceso comunicativo el tener una actitud y capacidad de escucha activa reducirá la posibilidad de malinterpretaciones e interferencias en la información,

que al fin y al cabo acaba por definir la realidad. Como defiende Satir, la forma de comunicarnos afecta a lo que sentimos respecto a nosotros mismos (autoestima), hacia los demás y de las situaciones en general.

## 5. LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA

En el *Mental Research Institute* (en adelante, MRI), y como fruto de las investigaciones realizadas sobre comunicación, por parte de un grupo de investigadores al mando de Bateson, se desarrolló una teoría de la comunicación basada en la cibernética y la teoría general de sistemas (Witzeale y García, 1994). Este grupo de investigadores publicaron un libro que ha alcanzado la categoría de clásico en esta materia. En él se distinguen tres niveles de análisis en la comunicación (Watzlawick et al., 1967/2006):

- La sintáctica: ésta se ocuparía del estudio de la transmisión de la información, la codificación, el estudio de los canales de comunicación y la redundancia.
- La semántica: sería la encargada del estudio del significado.
- La pragmática: estudiaría la capacidad de influencia de la comunicación sobre la conducta de las personas.

A partir de la Segunda Guerra Mundial se comienza a investigar la comunicación no verbal, ya que antes de ese momento sólo hay alguna obra aislada como es *La expresión de las emociones* de Charles Darwin<sup>24</sup> (1872/2009). Este tipo de comunicación es entre 1950 y 1965 cuando se configura como ámbito de estudio interdisciplinar, destacando ya en la década de 1970 Flora Davis con su libro *La comunicación no verbal* (1989). En esta obra Davis hace algunas observaciones muy interesantes como que:

---

<sup>24</sup> Darwin fue uno de los primeros en plantear la hipótesis de la universalidad de las emociones y su influencia se alarga alcanzar a Paul Ekman (2013), uno de los mayores estudiosos de las emociones en la actualidad, que en una de sus publicaciones explica cómo estaba en total desacuerdo con los planteamientos darwinianos pero a raíz de una investigación que llevó a cabo al inicio de su carrera se vio en la obligación de cambiar de idea.

- Uno de los puntos más importantes que se negocian en los primeros segundos de un encuentro es el de la posición relativa de cada uno, y no se hace casi nunca a través del lenguaje.
- Al tiempo que se negocia el predominio se inicia el establecimiento de la relación (intimidad).
- Las emociones se transmiten -aunque no exclusivamente- a través de la comunicación no verbal.
- Incluso hay claves no verbales para regular el intercambio verbal, estableciendo el denominado “sistema de turnos”.

Se ratifica así la importancia de un sistema de comunicación como el no verbal ya que como dice Umberto Eco: “Es difícil concebir un universo en que seres humanos comuniquen sin lenguaje verbal, limitándose a hacer gestos, mostrar objetos, emitir sonidos; pero igualmente difícil es concebir un universo en que los seres humanos sólo emitan palabras” (Eco, 1988, p. 269). A su vez, dentro de la comunicación no verbal se pueden distinguir (Knapp, 2007): los movimientos del cuerpo (o comportamiento cinético), las características físicas, la conducta táctil, el paralenguaje, la construcción y uso social del espacio, los artefactos: ropa, gafas, maquillaje, etc. Y los factores del entorno.

Con posterioridad, Philippe Turchet llevará a cabo un análisis de la comunicación no verbal usando las teorías de la Escuela de Palo Alto, de las que él mismo se declara “especialmente deudor” (Turchet, 2004, p. 9). Este autor propone un nuevo método de estudio de la relación entre los gestos y las palabras (método que él bautiza con el extraño término *sinergología*). En resumen, Turchet considera la comunicación no verbal como un canal de acceso a las motivaciones, ideas y creencias inconscientes o no reveladas (por estar encubiertas por prejuicios, mentiras etc.). Nos encontramos pues con que “El gesto precede a la palabra en el acto de la comunicación, pero tiene otro interés; el gesto revela lo que el cerebro piensa y no dice” (Turchet, 2004, p. 33).

Los autores del MRI, como resultado de sus investigaciones, plantearon los axiomas de la comunicación (Watzlawick et al., 1967/2006). El primer axioma se formularía diciendo que No es posible no comunicarse:

incluso situaciones como los silencios, o las frases entrecortadas, no implican la suspensión de la comunicación, sino que el proceso de interpretación y de asignación de significados continua. El segundo establece que existen dos niveles de comunicación, el nivel de relación y el nivel de contenido. El nivel de contenido se transmitiría predominantemente a través de la comunicación verbal, transmitiéndose el nivel de relación a través de la comunicación no verbal. El tercero explica que el intercambio comunicativo viene definido por la puntuación que se haga de las secuencias por parte de las personas. Como ejemplo se puede poner la clásica respuesta que dio un oráculo griego cuando le preguntaron sus predicciones sobre si el caudillo que lo interrogaba volvería de la contienda la pitia, al parecer contestó “irás, volverás, no perecerás”. Pero tras su muerte en batalla un miembro de su batallón fue a pedirle cuentas a la pitonisa que contestó que la habían malinterpretado que en realidad ella lo que había dicho era “irás, volverás no, perecerás”. Así la interpretación del contenido depende de dónde puntuemos la secuencia. El cuarto axioma afirma que toda comunicación se compone de un elemento digital (comunicación verbal), y un componente analógico (comunicación no verbal). Y, finalmente, el quinto axioma dice que la comunicación produce relaciones que pueden ser simétricas o complementarias. La diferencia entre ambos tipos de relación vendría determinada por las relaciones de igualdad o desigualdad entre las partes. Cuando vengán definidas por la desigualdad, por el poder ejercido por una de las partes no encontraríamos ante una relación complementaria. Cuando la relación se mantiene en parámetros de igualdad, estaríamos frente a una relación simétrica. Debe entenderse que estos conceptos no son absolutos, es decir, que en una relación “sana” en unos momentos puede darse una cierta complementariedad y en otros una cierta simetría.

## 6. LA COMUNICACIÓN DE LA JUVENTUD

Si ligamos estas consideraciones al estudio de los nuevos modos de comunicación de la juventud, Gardner y Davis han realizado una investigación, con la intención de verificar la posibilidad de que el uso de los medios digitales pueda “afectar, o incluso alterar radicalmente, los procesos cognitivos, la personalidad, la imaginación y la conducta de los

usuarios jóvenes” (2014, p. 11). Ya en su momento Marshall McLuhan (1993) defendió que los medios de comunicación cambian la relación de las personas con el entorno en el que se mueven. Gardner y Davis (2014) concluyen que se está creando una posibilidad de incrementar la creatividad por encima de la práctica habitual, pero que, al mismo tiempo, eso impide a muchas personas alcanzar una creatividad que tienda a lo excelente ya que se apoyan en los medios digitales que las limitan. Así pues, los medios digitales limitan pero no determinarían a las personas jóvenes en el mundo digital.

Algunos autores (Muñoz Carrión, 2007; Watzlawick, 1967/2006) sostienen que la juventud, debido a su carácter presentista, es decir, debido a su valoración estricta y única del presente en detrimento del pasado y el futuro, ha acabado por generar un tipo de comunicación en la que toda acción o conducta puede ser interpretada como comunicación. Ese presentismo, que impone el valor de la inmediatez, acaba por crear un tipo de prácticas discursivas dominadas por los imaginarios sociales imbricados en una gramática organizativa. Así un botellón, un *flashmob*, o cualquier otra práctica puede ser generadora de discurso. Muñoz Carrión resume lo expuesto apuntando que

El declive del uso de los modelos abstractos ha tenido como consecuencia que la cultura juvenil se haya refugiado, fundamentalmente, en las prácticas cotidianas de carácter inmediato y se haya alejado de las estructuras discursivas. La cultura juvenil ha instaurado novedosas gramáticas praxeológicas que son siempre abiertas, siempre en proceso de oración, y, además, adaptables a las nuevas situaciones (2007, p. 20).

Francisco Bernete (2007) caracteriza la comunicación juvenil como un barco entre dos aguas: la comunicación de masas y la comunicación en red. Este autor argumenta que frente al tipo de comunicación de los medios de comunicación de masas a la que estábamos acostumbrados (es decir, la televisión con un solo canal, un discurso homogeneizador, etc.) hoy nos encontramos, en cambio, con multitud de canales cada uno con su ideología de cabecera, acceso a internet, las redes sociales, los blogs, la posibilidad de la participación en los programas de televisión etc. Es decir, estamos frente a la cultura de las opciones.

Se abre de nuevo la dicotomía establecida entre la tradicional obligación de obedecer el mandato parental y la necesidad de los jóvenes de crear ámbitos de distinción y por tanto de la necesidad de creación de códigos propios. Esos códigos se están poniendo de manifiesto en internet, las redes sociales, los mensajes de texto (sms), etc. Se crea así una paradoja. En una cultura que estaba dejando de escribir para establecer y mantener sus relaciones personales (abandono de la redacción de cartas, declive de los periódicos, etc.) surgen con fuerza los blogs, los mensajes de texto, los correos electrónicos, etc. Estamos, pues, en pleno renacer de la escritura en plena era digital. Pero esa escritura adquiere, en el caso de los jóvenes, características distintivas propias. Galán, al hablar del auge de la escritura en plena cultura de la imagen, dice que nos movemos en:

una solución de compromiso (que) es proponer que los nuevos medios tecnológicos utilizan una especie de “palabra oralizada” o de “oralidad escrita”. Un híbrido que posee rasgos del código escrito (porque se lee) y rasgos del código oral en tanto que es precedido y se desarrolla en un espacio de tiempo más o menos sincrónico (2006, p. 66).

Se generan así una escritura esquematizada o *ciberhabla* caracterizada por la falta de vocales, uso de emoticonos, falta de uso de los signos de acentuación, uso del signo interrogativo/admirativo final -pero no del inicial-, diferente uso de la mayúscula (para enfatizar lo dicho), repetición de letras para enfatizar la información transmitida (graciaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaas), creación de nuevos códigos (la rosa @>— ———:—, Sonrisa :), pena ☹, etc.).

Esta situación se complica si tenemos en cuenta que internet ha pasado de ser una herramienta de comunicación a una de socialización y creación de contenidos; adquiriendo, además, el carácter de instrumento preferente de socialización. Además, la propia creación de contenidos ha convertido, sobre todo a la juventud de consumidora de los mismos a “prosumidora” de estos. Así pues, la llamada Galaxia internet adquiere el estatus de espacio de relación, consumo, comunicación. En la que los nuevos espacios desbancan a medios tradicionales como la televisión como medio preferente de consumo audiovisual. De esta manera, se puede comprobar que

Según el informe de Barlovento Comunicación (2019, p. 4-5), en agosto de 2019 el tiempo de navegación por Internet fue de 2 horas y 56 minutos diarios, mientras que los espectadores emplearon 5 horas y 17 minutos al día en ver la televisión. Con 21,4 millones de visitantes únicos, Internet consiguió una cobertura del 81,8 % de la población mayor de edad. La televisión, por su parte, tuvo una audiencia acumulada de 35,1 millones, alcanzando al 91,2 % de la población (Navarro Robles y Vázquez Barrio, 2020).

Ahora bien, en el informe de la siguiente anualidad citado en la anterior cita (Barlovento Comunicación, 2020) se señala que el tiempo promedio de navegación en Internet por persona fue de 3 horas y 14 minutos diarios. Mientras que, cada individuo pasó una media de 5 horas y 28 minutos viendo la televisión. En este sentido, se habla de una sociedad mediatizada (Pérez-Tornero, 2020), de una juventud desconectada de los medios tradicionales de información (Tayal y Bharathi, 2021; Vintimilla y Torres-Toukumidis, 2021) y que consume lo producido en medios en los que no confía (Castillo-Abdul et al., 2020; Pérez-Escoda et al., 2021). Por lo que se reclama la alfabetización de la juventud en relación a su consumo informacional desde un punto de vista competencial, crítico y responsable (Pérez-Escoda, et al., 2021).

## 6.1. LA JUVENTUD Y LAS NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN

Mizuko (2008) ha defendido que la juventud ha asumido los medios digitales como supuestos de estructuras sociales y culturales del aprendizaje, el juego y la comunicación social. Esto se refleja en una constante búsqueda de nuevos lenguajes, juegos, interacción social, resolución de problemas y actividades autodirigidas (Palazzo, 2010).

Esto ha llevado a construir distintas identidades generacionales de la juventud en relación a su posición respecto a los medios digitales. Se distingue así (Palazzo, 2010):

- La *Generación Net*: tecnófilos, que sienten una atracción desmedida por las nuevas tecnologías, por conocerlas, poseerlas y usarlas. Los *Net* perciben que con las TIC's pueden satisfacer sus necesidades de ocio, información y comunicación.

- *Generación I*: serían los nacidos entre finales de los años 80 y la década de los 90. Serían la primera generación que siempre tuvo acceso a internet (Herring, 2008). Satisfacen su sociabilidad, y ocio, a través de medios digitales y consultan internet por una gama de motivos más amplia que otras cohortes.
- *Generación Y*: pertenecen a ella personas nacidas a partir de 1980. Es la generación del boom de internet. Se muestran más confiados en el uso de los medios digitales.
- *Generación @*: Pisticelli (2009) dice que no usarían las redes sociales, sino que “son” las redes sociales, es decir, estructuran su identidad online a través de su uso de las redes sociales.
- *Generación Z*: Poseerían un continuo deseo de estar conectados e interactuar con los demás de manera inmediata, serían muy competentes en el uso de las TIC y se manejarían con gran facilidad en el entorno digital, dándole prioridad a lo visual (Álvarez et al., 2019). Utilizan las redes sociales, sobre todo, para el ocio y la comunicación con sus amistades. Son multitarea, multipantalla, muy creativos y con una mayor capacidad para la organización social (Aguilar, 2017).

Aunque, en la actualidad, diferentes autores han llevado a cabo una crítica en relación al análisis generacional de las formas de comunicación y uso de los medios digitales, reclamando modelos organizados alrededor de la cibercultura (Urresti, 2008) o de la noción de tribu (Maffesoli, 1990). se puede constatar la existencia de formas artísticas tradicionales que están adquiriendo un nuevo renacer, al mismo tiempo, que adquieren nuevas significaciones. Entre ellas podemos citar las técnicas de modificación corporal (anillos, piercing, escarificaciones corporales, etc.), el tatuaje, el grafiti, etc.

Posiblemente si escogiéramos al azar a alguna persona joven y le preguntáramos por la fecha de aparición de las manifestaciones mencionadas en el párrafo anterior la mayoría nos darían una fecha reciente. Ahora bien, si acudimos a la antropología o a la historia podemos descubrir que las tribus tradicionales ya practicaban la modificación

corporal y el tatuaje, o que en la ciudad de Pompeya se pueden disfrutar algunos de los primeros grafitis de la historia de la humanidad, sino lo eran ya las pinturas de algunas de las cuevas prehistóricas. Los mencionados grafitis de Pompeya ya contienen la ironía y crítica típica de esta forma artística de comunicación.

¿Qué es lo que caracteriza la nueva aparición de estas prácticas? Más allá del auge del que vienen disfrutando, José Antonio Alcoceba, defiende que “en la adolescencia y la juventud es donde se manifiestan con más fuerza las tensiones asociadas a la autoafirmación del propio cuerpo como elemento biológico en transformación y a la construcción de la identidad social en el seno del grupo” (2006, p. 78). Aunque estas prácticas pudieran parecer que han abandonado su significación grupal para introducirse en el ámbito individual, incluso identitario. Las personas suelen elegir tatuajes como el nombre de la persona de los que están enamorados, un dibujo simbólico de una experiencia vital, etc. En realidad, se puede hablar también de procesos de neotribalización de las culturas juveniles mostradas en el uso de tatuajes (Alcoceba, 2006) o de la pérdida de la función identitaria de los tatuajes para pasar a formar parte de una práctica seguida solo y estrictamente por cuestiones de moda o estética (caso de los tatuajes tribales, etc.). Romaní hablando de los procesos y técnicas de modificación corporal señala que el cuerpo incorpora: “la endoculturación de la sociedad en la que existe, procesándola a partir de su idiosincrasia y experiencias en los procesos de interacción social. Las técnicas del cuerpo son un elemento básico de la socialización en cualquier sociedad humana” (2002, p. 63).

En esta consideración holística de la comunicación hacen aparición nuevos fenómenos como el movimiento del 15-M. Algunos autores interpretan este tipo de fenómenos como un intento de reapropiación de los espacios públicos, al modo del *ágora* de la Grecia clásica, es decir, un espacio de comunicación y participación pública que justificaba el estatus de ciudadano. Pero estos autores defienden que este fenómeno tendría su origen en que: “Las ágoras juveniles actuales habría que buscarlas en muchos casos en esta red virtual o en otros espacios urbanos físicos, periféricos, secundarios u ocultos, puesto que nuestro sistema político y económico ha ido expulsando y excluyendo a los jóvenes de la

centralidad urbana” (Figueras et al., 2011, p. 198). Se busca el cuestionamiento del sistema o, cuando menos, una reinterpretación de las relaciones entre los estados y el fenómeno de la globalización que envuelve el nuevo poscapitalismo neoliberal, en fin, como la defensa de la ciudad indignada frente a la ciudad resignada.

## 6.2. LA GRAMÁTICA DE LAS NUEVAS FORMAS DE VIOLENCIA: VANDALISMO Y BANDAS

Es conocida la situación de crisis por la que está pasando Europa y, en concreto, España desde la crisis del 2008, la pandemia del covid y, en estos momentos, debido a la inflación provocada por la guerra de Ucrania. Así pues, son evidentes desde hace tiempo las enormes dificultades que están pasando las familias españolas para garantizar unos niveles de calidad de vida mínimamente aceptables.

Todo lo explicado está afectando especialmente a las personas jóvenes de nuestra comunidad. Es así que se corre el riesgo del aumento de los actos de violencia que pueden ser definidos como actos de vandalismo. El vandalismo viene siendo reconocido como una forma de violencia de baja intensidad que suele dirigirse a propiedades con la intención de provocar su deterioro o destrucción, siendo considerado como un acto de comportamiento antisocial, o cómo mínimo una conducta antisocial que puede generar pánicos morales (Cohen, 2017). Ahora bien, fenómenos como los grafitis, considerados frecuentemente como un tipo de vandalismo, en ocasiones han sido tratados como una forma de arte, o sea intentado percibir como algo alejado de la dicotomía vandalismo-arte (Caminha, 2018; López Richart, 2018; Reyes Sánchez, 2012), hablándose de la construcción social de los grafitis como arte o vandalismo (Martínez, 2008).

Adolfo A. Álvarez (2013) defiende que la existencia de la violencia juvenil vendría a ser el exponente más claro de la crisis de los espacios de socialización tradicionales, siendo un exponente característico de la sociedad postmoderna en la que vivimos. Este mismo autor correlaciona la violencia con el fracaso escolar y los altos niveles de paro que aquejan a la cohorte de los jóvenes, algo que puede verse representado en el caso español.

Por otro lado, se coincide plenamente con Rosana Resguillo (2012) cuando apunta que la violencia tiene su propia gramática explicativa, es decir, unas normas que reclaman nuestra atención sobre lo que nos cuenta, sobre el poder que se ejerce, la racionalidad que encubre y los alcances que puede tener.

En este sentido, como ya explicó Gilles Lipovetsky, las sociedades posmodernas se caracterizan por un importante nivel de individualismo, apuntando que “en la era posmoderna perdura un valor cardinal, intangible, indiscutido (...) el individuo y su cada vez más proclamado derecho de realizarse” (2009, p. 11). Es más, Bauman (2009) ha definido las ambigüedades actuales de la noción de comunidad, dentro de esta sociedad que se define por los vínculos líquidos que ha perfilado el famoso sociólogo.

Se debe pues introducir medidas correctoras de este tipo de dinámicas especialmente peligrosas por la situación de crisis que ahoga a muchas familias. Como ha escrito Ana I. Lima se impone “la necesidad de superar valores híperindividualistas, por otros como la cooperación, la participación, la revalorización de lo comunitario y la redistribución” (2011, p. 88). Se impone la necesidad de liderar procesos que partan de la propia comunidad, teniendo como ejes principales la implicación de todas las personas que forman parte de la misma buscando la participación activa de las personas.

## 5. CONCLUSIONES

Se propone el análisis de los procesos comunicativos de la juventud desde una perspectiva holística y que permita introducir la complejidad en el estudio de los mismos. Este tipo de acercamientos a la comunicación significa tener en cuenta la sintáctica (intercambio informativo), la semántica (intercambio significativo) y la pragmática (intercambio como relación). Análisis en los que se debe tener en cuenta tanto el aspecto verbal de la comunicación como el no verbal. E incluso, en el caso de la juventud, interpretar cualquier conducta o acción como posible elemento preñado de significación, de ahí la posibilidad de asignar significados a movimientos como el 15-M o actividades de vandalismo o a fenómenos como los de las bandas juveniles. Gracias a eso podríamos

adivinar la variedad y riqueza de formas de comunicación que usan las personas jóvenes. Así, podríamos completar la supuesta simpleza de vocabulario o la falta de uso de las normas ortográficas, con los nuevos modelos expresivos y los nuevos modos de comunicación.

Se debe, pues, acudir a lo no dicho para completar la necesaria elección que impone la complejidad con los aspectos que subyacen en niveles más profundos de la sociedad, que no por ser más difíciles de desentrañar o de encontrar guardan menos verdad o fuerza significativa. Ya que, de lo contrario nos moveremos siempre entre la complacencia y el abotargamiento que produce el tópico (y la sencillez que arrastra).

Si así realizamos los análisis, nos encontraremos con la riqueza que encierra la realidad. En el caso de la comunicación de la juventud nos encontramos con nuevas formas de comunicación que se convierten en elementos identitarios definatorios de la forma de ser joven y de la propia personalidad de los individuos. Junto a esto aparecen reapropiaciones de formas de comunicación tradicional (tatuajes, escarificaciones, anillos y piercing...) a los que se los dota de nuevas significaciones articuladas en semánticas significativas que trasciende los imaginarios sociales juveniles para encardinarse en los imaginarios culturales de la sociedad en general.

Reseñar el hecho de que los nuevos medios tecnológicos se imponen como medios que vehiculan las relaciones influyendo en las mismas y, al mismo tiempo, en las propias identidades de los que los utilizamos. Estos medios, como se ha dicho, pueden ser utilizados en sustitución de los esquemas generacionales para analizar las construcciones identitarias de los individuos de las sociedades contemporáneas hiperconectadas y saturadas de información.

Se generan, pues, dinámicas en las que al comunicarnos con otras personas a través de algunos medios acabamos por provocar una contestación que, al mismo tiempo nos define en la narrativa individual que somos, tanto debido al uso de los medios que utilizamos como por la propia dinámica comunicativa que ese establece. Nos comunicamos, y al mismo tiempo, nos constituimos, co-construimos y re-co-construimos unos a otros en continua y constante interacción, hasta convertirnos en quienes somos.

## 8. REFERENCIAS

- Aguilar R., M. (2017). La generación Z: Sus hábitos de consumo de información y las redes sociales (Trabajo fin de grado). Universidad de Sevilla, Sevilla, España
- Alcoceba, J. A. (2007). El lenguaje del cuerpo a través del tatuaje. De la adscripción identitaria a la homogeneizadora democratización de la belleza. *Culturas y lenguajes juveniles. Revista de estudios de juventud*, 78, 75-89.
- Álvarez, A. A. (2013). Violencia juvenil urbana. Programa de recuperación de jóvenes en alto riesgo y el Trabajo Social. Recuperado de: [www.ts.ucr.ac.cr](http://www.ts.ucr.ac.cr)
- Álvarez Ramos, E., Heredia Ponce, H. y Romero Oliva, M. F. (2019). La generación Z y las redes sociales. Una visión desde los adolescentes en España. *Revista Espacios*, 40(20), 1-13. <https://bit.ly/2RrFadV>
- Barlovento Comunicación. (2019). Consumo de internet vs. televisión. Recuperado de <https://bit.ly/2Bh9inz>
- Barlovento Comunicación. (2020). Consumo de internet vs. televisión. Recuperado de <https://bit.ly/2TTLTiq>
- Bateson, G. (2006). *Espíritu y naturaleza* (2ª ed.). Amorrortu
- Bauman, Z. (2009). *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil. Siglo XXI* (publicación original en 1979)
- Bernete, F. (2007). Culturas juveniles como aperturas de espacios, tiempos y expresividades. *Culturas y lenguajes juveniles. Revista de estudios de juventud*, 78, 45-61
- Caminha, G. S. (2018). Percepções sobre Graffiti: arte ou vandalismo. *Iniciação Científica Cesumar*, 20(2), 235. <http://dx.doi.org/10.17765/1518-1243.2018v20n2p235-244>
- Castells, M. (2006a). *La era de la información. Fin de milenio* (Vol. 3). Alianza Editorial
- Castells, M. (Ed.). (2006b). *La Sociedad Red: una visión global*. Alianza Editorial
- Castillo-Abdul, B., Romero-Rodríguez, L. M. J. y Larrea-Ayala, A. (2020). Kid influencers in Spain: understanding the themes they address and preteens' engagement with their YouTube channels. *Heliyon*, 6(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05056>
- Cohen, S. (2017). *Demonios populares y “pánicos morales”: delincuencia juvenil, subculturas, vandalismo, drogas y violencia*. Gedisa.

- Darwin, Ch. (2009). La expresión de las emociones. Laetoli (publicación original en 1872)
- Davis, F. (1989). La comunicación no verbal. Alianza editorial
- Eco, U. (1988). Tratado de semiótica general. Lumen
- Ekman, P. (2013). El rostro de las emociones. Círculo de lectores
- Figueras, M., Soler, P., Casal, J., Saura, J. R., Romaní, O., Trilla, J. (2011). La ciudad indignada. En J. Trilla (Coord.), Jóvenes y espacio público. Del estigma a la indignación (pp. 193-243). Bellaterra.
- Galán, C. (2007). Cncta kn nstrs. Los SMS universitarios (Conecta con nosotros. Los SMS universitarios). Culturas y lenguajes juveniles. Revista de estudios de juventud, 78, 63-73
- Gardner, H. y Davis, K. (2014). La generación APP. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital. Paidós.
- Herring, S. C. (2008). Questioning The Generational Divide: Technological Exoticism and Adult Constructions of Online Youth Identity. En D. Buckingham (Ed.), Youth, Identity, and Digital Media. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation. The MIT Press.  
[https://doi:10.1162/dmal.9780262524834.071](https://doi.org/10.1162/dmal.9780262524834.071)
- Knapp, M. L. (2018). La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno (9ª ed.). Paidós
- Labora González, J. J. y Fernández Vilas, E. (2021). La emocionalidad como elemento de análisis de los nuevos movimientos sociales. Simbiótica. Revista da Universidade Federal do Espírito Santo, 8, 4, 216-239.  
<https://doi.org/10.47456/simbitica.v8i4.37352>.
- Lima, A. I. (2011). Servicios sociales, Trabajo Social y crisis. Servicios sociales y Política Social, 93, 83-92
- Lipovetsky, G. (2009). La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Anagrama
- López Richart, J. (2018). Y el vandalismo se hizo arte: la protección del grafiti por el derecho de autor. RIIPAC. Revista sobre Patrimonio cultural: Regulación, Propiedad intelectual e industrial, 53-87
- Maffesoli, M. (1990). El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas. Icaria.
- Martínez, E. B. (2008). Oaxaca: la construcción mediática del vandalismo y la normalidad. El Cotidiano, 148, 37-44
- McLuhan, M. (1993). La galaxia Gutemberg. Círculo de lectores

- Mizuko, I. (2008). Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning.
- Muñoz Carrión, A. (2007). Tácticas de comunicación juvenil. Intervenciones estéticas. Culturas y lenguajes juveniles. Revista de Estudios de juventud, 78, 11-23
- Navarro Robles, M. y Vázquez Barrio, T. (2020). El consumo audiovisual de la Generación Z. El predominio del vídeo online sobre la televisión tradicional. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 51, 10-30. [https://doi: 10.12795/Ambitos.2020.i50.02](https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.02)
- Palazzo, M. G. (2012). Juventud, comunicación, era digital y generación. Revisando categorías, definiciones y representaciones [Comunicación]. III Reunión de Investigadoras/es, Viedma, Argentina.
- Pérez-Escoda, A., Barón-Dulce, G. y Rubio-Romero, J. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: redes sociales, ‘fakes news’ y confianza en tiempos de pandemia. Index.comunicación, 11(2), 187-208. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Mapeod>
- Pérez-Tornero, J. M. (2020). La gran mediatización. Universitat Oberta de Catalunya
- Pisticelli, A. (2009). Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Santillana.
- Redorta, J. (2007). Cómo analizar los conflictos. La tipología de conflictos como herramienta de mediación. Paidós.
- Reyes Sánchez, F. (2012). Graffiti ¿Arte o vandalismo?. Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, 6, 53-70.
- Resguillo, R. (2012). De las violencias: Caligrafía y gramática del horror. Desacatos, 40, 33-46
- Romaní, O. (2002). Movimientos juveniles en la Península Ibérica. Graffitis, grifotas, okupas. Ariel.
- Satir, V. (2002). Nuevas relaciones humanas en el núcleo familiar. Pax
- Suares, M. (2008). Mediación. Conducción de disputas, comunicación y técnicas. Paidós
- Tayal, P. y Bharathi, V. (2021) Reliability and trust perception of users on social media posts related to the ongoing COVID-19 pandemic. Journal of Human Behavior in the Social Environment, 31 (1-4), 325-339. <https://doi.org/10.1080/10911359.2020.1825254>
- Turchet, Ph. (2004). El lenguaje del cuerpo. Mensajero

- Urresti, M. (Ed.). (2008). *Ciberculturas juveniles. Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet*. La Crujía Ediciones.
- Vintimilla-León, D. y Torres-Toukoumidis, A. (2021). COVID-19 y Tik-Tok. Análisis de la Folksonomía social. *RISTI. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de la Informação*, 39(5), 15-26. <https://tinyurl.com/che3fefm>
- Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J. y Jackson, D. D. (2006). *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*. Herder (publicación original en 1967)
- Wittezaele, J.-J. y García, T. (1994). *La escuela de Palo Alto. Historia y evolución de las ideas esenciales*. Herder.