

LOS ADOLESCENTES, SUS CANALES DE COMUNICACIÓN

EN LA ERA POSMODERNA

Legal, Jorge Daniel
Romero Liliana E.

INTRODUCCIÓN

Objetivo de trabajo:

Es describir la inserción del adolescente en la actual posmodernidad y su dificultad para lograr el lugar el lugar de pertenencia ya que se encuentra sumamente bombardeado por los medios, limitado por el empobrecimiento del lenguaje, sin participación alguna en la sociedad: porque si por un lado lo tienen como modelo, por otro se le cierran la puerta de acceso. Es un mundo hecho a su medida que, como un gran escaparate le ofrece todo pero le hace infranqueable la entrada. Mientras se lo adula, se le quita al adolescente la posibilidad de la palabra. Es otro marginado más.

Queremos demostrar que la actitud despreocupada hacia la realidad, el no desear asumir responsabilidades ni compromisos, el no saber qué saber, ni qué estudiar es la respuesta de muchos adolescentes a la propia actitud de los adultos. Ellos se alimentan más de nuestros ejemplos que de nuestros discursos.

Las partes de nuestro trabajo se compone de:

En la primera parte describimos a grandes rasgos la sociedad actual

La segunda parte está destinada a las características del lenguaje del hombre

La tercera parte, la más abarcativa, son los canales de comunicación frecuentados por los adolescentes.

La Cuarta parte son orientaciones para el animador

La quinta parte es un taller dedicado para los animadores.

El contexto histórico y social que envuelve al adolescente:

Vivimos en la sociedad caracterizada como posmoderna.

En la posmodernidad culminan los procesos comenzados en la etapa anterior, como el desarrollo científico tecnológico y la modificación de la población hacia los centros de producción.

Características:

El poder lo tiene quien manipule mayor cantidad de información.

Hay una pérdida de creencias: religiosas, políticas, e históricas. Se pierde la idea del Héroe.

Hay una creciente búsqueda de Bienestar espiritual, a través de técnicas orientales

Fanatismo político, religioso, deportivo, o por el grupo de pares con el que se identifica.

Una sociedad donde triunfa la levedad del ser (cultura light).

Existen muchos medios de comunicación pero se cierran los espacios de encuentro y de diálogo en las familias.

La sociedad en la que nos movemos:

El modelo propuesto por la sociedad es “la exaltación de la juventud. Se vive en una perpetua adolescencia”, es decir, en un estado donde resulta difícil tomar decisiones,, se asumen pautas de comportamiento impensables, a la vez que aumenta el egocentrismo y la ansiedad junto con un marcado narcisismo, un amor desmesurado por uno mismo y por las propias necesidades.

La libertad:

En este tiempo se crea el mito de la libertad sin límites. Rotas las cadenas de las represiones impuestas en el pasado, en nombre de la religión o de los fanatismos políticos, se vive la ilusión de la libertad. Sin embargo, a pesar de creerse liberado de los sometimientos externos, el hombre se hace presa fácil de los mensajes de los medios que le imponen sigilosamente, cuidadosamente lo que le conviene hacer, consumir y pensar.

El Capricho :

El hombre cede al mandato de sus caprichos, de los deseos que le surgen espontáneamente sin conexión estructural con la personalidad.

Se hace algo porque no hay motivo para no hacerlo. Esta tendencia a la ley del capricho resulta de la honda pasividad interior y del deseo de evitar a toda costa el aburrimiento.

El consumo:

Avalado por un desarrollo tecnológico que invade el mercado. El dimensionamiento del consumo viene acompañado de la tendencia a poseer en forma individual y compulsiva.

La saturación de bienes produce la ilusión de que ser es tener. El hombre se transforma en un succionador permanente, termina siendo indiferente a lo que consume con tal de seguir haciéndolo.

El desempleo

En la situación descripta, los adolescentes de hoy son menos crédulos y más realistas que en las generaciones anteriores. Se les quiere hacer creer que el mundo es para ellos, pero al mismo tiempo se les impide ocupar un lugar en el mundo laboral y social.

Los adolescentes no todos, pero en general necesita una sociedad que los contenga.

La comunicación

La comunicación humana es un acto mediante el cual una persona establece con otra, un contacto que le permita transmitirle una información. La forma más concreta es hacerlo mediante el lenguaje oral y escrita, pero no es la única. La comunicación puede establecerse por medio visuales (fotografías, dibujos, señales) táctiles (una caricia) sonoros (sirenas) olfativos (un perfume).

Todas estas formas de comunicar tienen varios elementos comunes, pero el fundamental es que su objetivo es transmitir información.

Recuerden lo que voy a decirles: La información de un mensaje es aquello que desconoce la persona que oye, lee o percibe dicho mensaje.

Elementos de la comunicación:

EMISOR-----canal-----MENSAJE-----canal-----RECEPTOR

Emisor: Siempre transmite un mensaje, hay una intención que puede ser informar, convencer, discernir, ordenar etc.

Canal: medio que sirve de trasmisor del mensaje.

Receptor: Puede ser una o más personas. Es un elemento activo de la comunicación, ya que el emisor elabora su mensaje de acuerdo con la relación que existe entre los dos. El emisor pasa luego a ser receptor (bilateralidad).

Como mostramos anteriormente, ante la emisión de un mensaje, el hablante tiene como objetivo fundamental: la comunicación de una información al receptor.

La comunicación es la función principal del lenguaje. Pero dependiendo del momento en que se desarrolla el acto de la comunicación. El emisor puede tener distintas intenciones.

Los canales de comunicación:

La comunicación cara a cara se asemeja al conocido juego de ping-pong. En general, el objetivo final del emisor es lanzar el mensaje y dar en el blanco. Es comunicar.

En la comunicación cara a cara en oportunidades el emisor percibe del receptor ciertos gestos en señal de asentamiento o disentimiento, como el accionar de manos o movimientos de cabeza que, le permiten suponer que su mensaje a esta altura del diálogo probablemente es aceptado o rechazado según gesticule el receptor. La información que proviene en retroceso de receptor a emisor indica como se desarrolla su mensaje, recibe el nombre de retroalimentación. Del fenómeno de la retroalimentación nos ocuparemos más adelante, mientras tanto podemos decir que la retroalimentación es ni más ni menos que la investigación del efecto de las comunicaciones.

Las comunicaciones a distancia o medios de comunicación

El hombre desde el comienzo de su existencia, hasta nuestros días, extraordinarios han sido los progresos realizados por el género humano en materia de medios para propagar las comunicaciones a distancia.

Los medios de comunicación:

Un rasgo distintivo de la época actual es la cultura de la imagen. Lo visual es el punto de referencia para conectar al individuo con el exterior. El culto a la imagen ha quitado al hombre contemporáneo el tiempo para dedicarlo a actividades donde él sea el protagonista del hecho, como la lectura, el uso del

sentido crítico y el tiempo dedicado a profundizar los lazos familiares y de la amistad. La imagen borra la frontera de lo real y crea artificialmente una realidad virtual que preconiza el presente.

El hombre transfiere al medio su omnipotencia y el medio la recrea para devolvérsela. Sentarse y recibir imágenes significa entrar en un mundo donde el tiempo y el espacio adquieren otra dimensión. Por su intermedio llegan al momento hechos sucedidos en otras latitudes como si no existieran las distancias. El espectador pasa a ser el centro del Universo y tiene la ilusión de ser protagonista de cualquier cosa que desea. Se alimenta a Narciso. Y somos tan importantes frente a los medios de comunicación que otros trabajan para que tengamos el mundo en casa.

La televisión es muy consumida por nuestros adolescentes pasan más horas frente a la pantalla que conversando con sus padres.

Es el medio mayor de penetración. Maneja un lenguaje unificado por la imagen y el sonido. Su mensaje es unidirección o unilateral, en el sentido en que el espectador no puede transferir al medio una respuesta al mensaje recibido. Es la televisión una fuerza capaz de determinar nuestras exigencias, gustos y hasta la conciencia moral.

La publicidad

Frente a la pantalla, desde temprana edad se van enfocando pistas para manifestar deseos. Las necesidades son creadas hábilmente por la publicidad. Todo se muestra, todo se ofrece y todo se desea. La imagen no tiene proyección en el tiempo.

El video clip

Si vemos los video clip de música posmoderna vamos a ver como se estimula a través de movimientos, gestos y el contenido de la canción en sí misma necesidades relacionadas con la imagen corporal. Se impone la búsqueda de un cuerpo atractivo, joven, musculoso, saludable, con movimientos elásticos y una postura alegre y despreocupada ante la vida. Los cantantes cambian su imagen la velocidad de un videoclip, nunca son los mismos. Es imposible encontrarlos en dos fotos de distintos años con el mismo look. Tener un cuerpo “que mata” anatómicamente corregido, parece ser la clave de la transformación. Mientras ellos transgreden las normas dominantes como es el tiempo, imponen toda clase de tendencias. El cuerpo se valora a ultranza. Tener un cuerpo atractivo pasa a garantizar inclusive la adquisición de otros talentos.

Internet

Internet y las nuevas tecnologías en comunicación no solo están cambiando la manera en que se relacionan los seres humanos y generando miles de millones de dólares de fantasías en las Bolsas.

Los adolescentes pueden acceder en cuestión de segundos a la información que desean, sexo, espiritismo, predicciones, sectas, modas, violencia, juegos, etc. No navegan para informarse de lo último acontecido en la noticia sino que lo hacen para satisfacer sus propios deseos de conocer sobre lo que es extraño, nuevo, innovador, etc.

Los adolescentes se conectan principalmente para establecer contacto con sus pares a través de Internet y lo hacen por medio del Chat y el Messenger.

El Chat y el Messenger

Lo tomaremos como sinónimo de conversación en línea entre varios usuarios utilizando un teclado y conexión a la Red. La diferencia sustancial entre chat y messenger radica en el nivel de privacidad y veracidad de la información que se maneja en el intercambio entre los usuarios.

La tecnología del chat que data de 1988 con origen en Finlandia, permite, a diferencia del teléfono, la comunicación de muchos a muchos.

Chatear= conversar en Inglés.

En el caso del messenger los contactos que se establecen son los habilitados por el propio usuario. Las conversaciones que se generan son por conocimientos de quién está del otro lado, no por temática ni por casualidad de la navegación como sucede en el Chat.

Características de las conversaciones:

Los jóvenes chateando interactúan como si hablaran entre ellos y no como si estuvieran escribiendo mensajes. Mientras en la televisión recibíamos imágenes a través del chat tenemos la oportunidad de conversar de establecer una comunicación completa. La palabra vuelve a estar escrita nada más que ahora más parecida a la oralidad, con un gran parecido a las conversaciones telefónicas o a las físicas cara a cara.

El estilo de escritura es despreocupada, irreverente, desprejuiciada, poco formal, libre de ataduras y estilos, en definitiva podemos decir más posmoderna

La fotografía en Internet

Es la fotografía un procedimiento de reproducción de la imagen, pero es también para el adolescente un medio de trasmisión para comunicarse con sus pares, es decir, con el mundo exterior, está cargado de significación y valorización, es una vía de expresión: “soy lo que buscás conectate conmigo” se alimenta a Narciso.

Por los cambios que se dan en la pubertad quedan definidos los cuerpos femeninos y masculinos.

El adolescente busca reconocimiento a través de las imágenes que se asemejan a los protagonistas de la publicidad y demostrar desde aquí su pertenencia en la sociedad una sociedad que lo tiene como modelo, y las empresas como actores potenciales de consume pero que no le otorgan el espacio necesario para interactuar en él.

Los celulares

A los celulares se lo llamó así en un primer momento porque transmiten en una determinada frecuencia de onda electromagnética dentro de una célula, que es una región geográfica de 30 km 2 cubierta por una antena. Ahora su desarrollo es impensable,

Ya dijimos que la tecnología genera adicción en niños y adolescentes ocasionándoles problemas psicológicas y llevándolos a conductas delictivas.

El deseo de estar a la moda en equipos de telefonía produce necesidades ficticias entre los adolescentes de los cuales al no ser satisfechas deriva en estado de depresión, tristeza, frustración y pérdida del control de los estímulos.

Los mensajes de texto:

La finalidad es estar comunicados siempre en todo lugar, aunque no siempre lo necesitamos. Por tal motivo, son los adolescentes, el nuevo blanco de publicistas hambrientos de más clientes. Su uso esclaviza.

La palabra vacía del adolescente:

Nuestra palabra es la capacidad de nombrar correctamente la realidad de estructuras, la comunicación intra y extra personal. A partir de la palabra compartimos lo que somos, nos decimos a nosotros mismos y tendemos un puente con el otro con el que aquel puede acceder a la verdad de nuestro ser, de nuestro pensar, de nuestro sentir.

Dar nuestra palabra simboliza comunicar, es expresar. Dar nuestra palabra es darnos en una dimensión de nuestro ser. Es responsabilizarnos con lo que Un problema en el trabajo con adolescentes es: tienen dificultades de expresión a través del lenguaje oral – escrito que manifiestan los adolescentes.

Esa dificultad se ve más clara cuando tiene que expresar lo que piensa y siente. Ellos valorizan más lo espontáneo : “tipo me parece bien... o sea.... no sé... nada” Desde ya no puede nombrarse lo que primero no ha pasado por la imaginación y el pensamiento simbólico o se pasa del sentir a la acción sin la intermediación del pensar.

No hay claridad en lo que expresan, no elaboran el concepto antes de que el mensaje se canalice.

Cuando el adolescente no es capaz de expresar sus emociones, cuando es carente de esa facultad primera del lenguaje produce un empobrecimiento del lenguaje que toma carácter desafectivo o dicen lo que queremos oír por no pensar, por no saber expresar lo que siente. Entonces se produce la vacuidad de la palabra. Esa vacuidad recurre entonces para tener soporte a lo paraverbal o gestual antes que a lo verbal.

Ellos no se sienten preparados para hablar con un adulto porque creen no tener el lenguaje ideal, formal, reconocen su empobrecimiento y sus limitaciones pero todo ello se debe a que se le quita los espacios de expresión, se les descalifica su palabra, por eso buscan la televisión, la música, que no requiere un respuesta o la comunicación inmediata y espontánea con sus pares.

Sugerencias en el trabajo con adolescentes.

Lectura y análisis del texto bíblico de Lucas, “la pesca milagrosa” cap. 5, 1

No cabe duda de que estamos en una sociedad caracterizada por los cambios. La Iglesia está inserta en la sociedad y vive el sufrimiento de su pueblo, no está descontextualizada de la realidad.

Entonces, ¿Cómo evangelizar en plena crisis posmoderna?

Nuestros desafíos son:

La incidencia masiva de los medios en la vida diaria influyendo en los valores que se quieren transmitir y las necesidades de consumo.

Los acelerados cambios científicos, tecnológicos y sociales.

Ante estos dos claros desafíos del animador misionero como el adolescente no va a desconfiar de la Palabra de Dios? Si para ello necesita perder la fe en las apariencias, en lo reiterado, en lo que los medios le quieren hacer ver como verdadero?

Imagínense un animador descarnado de la realidad, anclado en el pasado, cuando sus miembros exigen vivir en el presente. No se establece la comunicación, no llega el mensaje al receptor.

Es bueno devolverle al adolescente la palabra, que sea protagonista y centro, que logre descubrir las diferencias entre la justicia, la tolerancia, la igualdad. Que crea que es posible la unidad en la diversidad.

Brindarle un sentido más profundo y humanizado al uso de los adelantos tecnológicos. Que se valore como persona, que se descubra en el diálogo sincero con el otro que le interpela y le exige una respuesta verdadera, comprometida, y real no virtual.

Que el adolescente encuentre espacios de contención no de esparcimiento, de esos tiene muchos, un espacio que lo haga crecer que encuentre el valor en su ser en toda su riqueza y dimensión.

Devolverle al adolescente el valor a la vida Savater dijo en su ética para amador sólo el que ha nacido esclavo, y el que tiene miedo a la muerte vive de cualquier manera.

Ser humano consiste en tener relaciones con los otros seres humanos por eso creemos espacios para el encuentro con el otro, fomentemos las diferencias como valor, como virtud no como algo negativo. Reconocer que el hombre no nace hombre del todo ni nunca llega a serlo sino es con la ayuda de los demás.

Hacerles notar en el mundo que les toca vivir, sus riquezas y sus pobreza espirituales, optando por una actitud crítica y reflexiva.

Implementar hábitos de trabajo, educar en el trabajo, lo mejor que hemos aprendido es lo que hemos observado, probado, manipulado, construido o inventado. Nuestros encuentros deben ser un verdadero taller de producción

El animador debe conocer a sus miembros individualmente (temperamento, composición familiar, crisis, pensamientos etc), pero debe reconocerlos grupalmente como un todo (manifestaciones sociales, integración etc.)

Es nuestra tarea devolverles su condición de hijo, son los pequeños sufridos de hoy víctimas del consumo, el poder y el placer.

Es la oración la herramienta del misionero y es el amor el lenguaje de todos los Cristianos, pues teniendo a Cristo como modelo, que murió y dio la vida por nosotros no podemos más que llamarnos hermanos en el amor y la búsqueda incansable de mejorar la transmisión del mensaje que él mismo nos entregó cuando nos llamó a cada uno por nuestro nombre.

Todo lo que debemos transmitir es la inmensa alegría de sabernos amados, reconocidos, llamados, protegidos por Dios, Regalemos también nosotros estas gracias a los pequeños adolescentes que buscan identidad y contención.

El taller

Taller de comunicación

Leemos el siguiente texto:

La televisión

Los Escarate no tenían nada, hasta que Armando trajo esa caja a lomo de mula.

Armando Escarate había estado todo un año fuera de casa. Había trabajado en el mar, cocinando para los pecadores, y también había trabajado en el pueblo de La Ligua, haciendo lo que se ofreciera y comiendo sobras, noche y día trabajando hasta que juntó la alta pila de billetes y pagó.

Cuando Armando bajó de la mula y abrió la caja, la familia se quedó muda del susto. Nadie había visto nunca nada parecido en esas comarcas de la cordillera Chilena. Desde muy lejos venía gente, como en peregrinación, a contemplar el televisor Sony ,de doce pulgadas, a todo color, funcionando a fuerza de batería de camión.

Los Escarate no tenían nada. Ahora siguen durmiendo amontonados y malviviendo del queso que hacen, la lana que hilan y los y los rebaños de cabras que pastorean para el patrón de la hacienda. Pero

el televisor se alza como un tótem en medio de su casa, una choza de barro con techo de quincha, y desde la pantalla la Coca-Cola les ofrece chispas de vida y la Sprite, burbujas de juventud. Los cigarrillos Marlboro le dan virilidad. Los bombones Cadbury, comunicación humana. La tarjeta Visa, riqueza. Los perfumes Dior y las camisas Cardin, distinción. El vermut Cinzano, status social; el Martini, amor ardiente. La leche artificial Nestle les otorga vigor eterno; el automóvil Renault, una nueva manera de vivir. (Galeano, Eduardo. *Memoria del fuego III. El Siglo del Viento*. Buenos Aires: Siglo XXI de España Editores, 1988, Pág. 321.)

¿Qué condición de vida llevan los Escarate?

¿Qué diferencia encuentran entre esa condición y lo que les ofrece la televisión?

¿Qué consecuencia puede traer esa diferencia? Arriesguen hipótesis sin alejarse de las características de la posmodernidad.

Si Armando fuera un miembro de la IAM y ustedes fuesen sus animadores ¿Cómo trabajarían sabiendo la importancia que radica para la familia la televisión?

Leemos el siguiente pasaje bíblico: Lc 12, 13-31. Establezcan relaciones con el texto “La televisión” de Eduardo Galeano.

Finalmente agreguen una conclusión teniendo en cuenta las palabras de Cristo: “donde está tu tesoro allí también estará tu corazón”.