

[PORTADA](#)[INFORMACIÓN GENERAL](#)[CONSEJO EDITORIAL](#)[ENVÍO DE ORIGINALES](#)[NÚMEROS ANTERIORES](#)[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)[CREATIVE COMMONS](#)[BÚSQUEDAS](#)[CONTACTO](#) DENTRO DE C&S

OK

[Reseña /](#)

Ana Isabel BERNAL TRIVIÑO

Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes. Aproximación a un modelo ideal de medio

EuroEditions, European Foundation for Information Society, Bruselas, 2009, 200 pp

Bernal acierta con el tema tratado en su libro *Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes. Aproximación a un modelo ideal de medio*. La autora aborda, con rigurosidad académica, el consumo mediático de este nicho de audiencia, considerado motor de cambio de la industria. El estudio cualitativo realizado, a partir de entrevistas en profundidad a un grupo de jóvenes, le permite identificar tendencias y patrones en el consumo de medios. Por el contrario, menos relevante resulta el repaso del marco histórico del nacimiento de internet con el que se inicia el libro, así como los muchos datos estadísticos que persiguen contextualizar el estudio empírico, que se aborda en la última parte del libro. En él, a partir de entrevistas a un grupo de jóvenes, la autora da cuenta del uso que este sector de la audiencia hace de los medios, su consumo y actitud hacia ellos. Especial interés tienen las valoraciones y opiniones recogidas de algunos de los entrevistados sobre lo que esperan de los medios informativos (también de ocio y entretenimiento). Así, la investigación realizada tiene por objeto, tanto la observación de las características del receptor, como de la recepción considerada ésta como proceso de comunicación. El estudio confirma que la primera generación digital muestra una clara preferencia por los contenidos audiovisuales, multimedia e interactivos. Internet alcanza cada vez más y mejores niveles de aceptación como medio de comunicación, por delante de la prensa y de la radio. El estudio corrobora, igualmente, el rol activo que asume el nuevo usuario ante los medios de comunicación. La posibilidad de participación de éste en la producción de contenidos, como audiencia activa y creadora, convierte a internet en el medio más atractivo para los jóvenes. Otro de los aspectos que revela el estudio realizado por Bernal es la distinta atención que merecen los contenidos de entretenimiento, con respecto a los informativos. En este sentido, a través de las entrevistas, busca ahondar en la actitud de los usuarios frente a esos contenidos y conocer aquellos aspectos del diseño de la información que condicionan su predisposición para despertar interés y motivar su lectura. Ciertamente resulta fundamental profundizar en los aspectos gráficos del medio, pues sólo así se pueden enriquecer las posibilidades de producción formal del contenido en internet, especialmente en los productos multimedia. Como trasfondo de esta obra, se describe el contexto comunicativo de la primera generación nacida digital y que se caracteriza por una comunicación descentraliza y horizontal, en la que el individuo, que antes era parte de la audiencia pasiva, se posiciona como nodo de una red activa. No siendo su objetivo sugerir posibles caminos para la crisis de identidad que experimentan los medios, sin duda, en este libro profesionales y empresarios encontrarán sugerencias para el necesario proceso de adecuación de los contenidos a los nuevos soportes y plataformas interactivas. Pero todo ello requiere de una reflexión previa sobre los cambios en los gustos y preferencias en el consumo de medios que protagoniza este grupo de usuarios. Por ello, esta obra resulta fundamental para comprender lo que está pasando en esta y otras industrias culturales, y permite constatar que estamos entrando en un mundo diferente.

M^a Nereida CEA ESTERUELASnereidacea@gmail.com[arriba](#)