

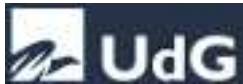


Universitat de Girona

**CULTURES MEDIÀTIQUES ADOLESCENTS: UN
ESTUDI PSICOSOCIAL CENTRAT EN EL TELÈFON
MÒBIL**

Sara MALO CERRATO

ISBN: 978-84-692-1952-2
Dipòsit legal: GI-302-2009



*Cultures mediàtiques adolescents:
Un estudi psicosocial
centrat en el telèfon mòbil*

Tesi doctoral realitzada per:

Sara Malo Cerrato

**Sota la direcció del:
Dr. Ferran Casas**

**Programa de doctorat "Psicologia i Qualitat de Vida"
Institut de Recerca sobre Qualitat de Vida i Departament de Psicologia
Universitat de Girona
Novembre de 2008**

Nota: Per a què la lectura i la pròpia redacció no esdevingui un tant tediosa o fatigant amb dobles formes, quan usem els termes nens, nois, adolescents, pares, fills, germans, ... ens referim a individus dels dos sexes, llevat que en el text, s'hi especifiquin puntualment diferències de gènere.

ÍNDIX

	Pàg.
Agraïments.....	1
Rellevància del tema.....	3
<hr/> PART I. FONAMENTACIÓ TEÒRICA <hr/>	
CAPÍTOL I. ELS MITJANS AUDIOVISUALS EN L'ADOLESCÈNCIA: APROXIMACIONS TEÒRIQUES GENERALS I APORTACIONS ESPECÍFIQUES REFERIDES A LES RELACIONS FAMILIARS I LES RELACIONS AMB ELS IGUALS.....	7
1.1. Algunes teories sobre l'ús dels mitjans, amb implicacions psicosocials.....	9
1.1.1. L'agenda <i>setting</i>	9
1.1.2. La perspectiva del cultiu.....	10
1.1.3. La perspectiva d'usos i gratificacions.....	12
1.1.4. La perspectiva històricocultural.....	14
1.1.5. Perspectives teòriques centrades en la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil.....	16
1.1.5.1. Les teories de la difusió.....	17
1.1.5.2. Les teories de la disponibilitat.....	17
1.1.5.3. Les teories de la domesticació.....	17
1.1.5.4. La teoria de <i>l'apparatgeist</i>	20
1.2. L'impacte dels mitjans audiovisuals sobre els infants: dues grans perspectives contraposades.....	21
1.2.1. La desaparició de la infància.....	21
1.2.1.1. La mort de la infància (Postman, 1983).....	21
1.2.1.2. L'accelerada infància (Elkind, 1981).....	23
1.2.1.3. Els infants sense infància (Winn, 1983).....	23
1.2.2. Els infants en l'era dels mitjans electrònics.....	25
1.2.2.1. Creixent a l'era digital (Tapscott, 1998).....	26
1.2.2.2. La màquina dels infants i la família connectada (Papert, 1993/1996).....	27
1.2.2.3. Realitat virtual (Katz, 1997).....	28
1.2.2.4. Jugant al futur (Ruskoff, 1996).....	29
1.3. Les relacions intergeneracionals en perspectiva psicosocial.....	31
1.3.1. Representacions socials de la infància i l'adolescència.....	31
1.3.1.1. Representacions socials de la infància i l'adolescència i les NTICs.....	34
1.3.1.2. Representacions socials de la infància i l'adolescència i les relacions intergrupals.....	36

	Pàg.
1.3.2. Els models socialitzadors en perspectiva psicosocial.....	38
1.3.2.1. Els models tradicionals.....	38
1.3.2.2. Els models relacionals i interaccionals.....	39
1.3.2.3. Els agents socialitzadors bàsics.....	43
1.4. La socialització en el context familiar: les relacions paterno-filials a l'adolescència.....	46
1.4.1. Concepció de l'adolescència en una societat acceleradament canviant.....	47
1.4.2. L'adolescència com a una etapa de canvis.....	48
1.4.3. Canvis del context familiar en que viuen els adolescents en l'actualitat.....	50
1.4.4. La família com a context de socialització.....	55
1.4.4.1. Els estils i les pràctiques parentals en l'adolescència	56
1.4.4.2. Conseqüències de la socialització familiar.....	59
1.4.4.3. Direccionalitat de la socialització.....	60
1.4.4.4. La socialització dels infants i adolescents com a consumidors.....	61
1.4.5. La comunicació progenitors-fills en l'adolescència.....	66
1.4.5.1. Autonomia i comunicació amb els progenitors.....	69
1.4.5.2. Temes de discussió i conflicte familiar.....	70
1.5. La importància dels processos grupals en la socialització dels infants i dels adolescents: La <i>GS Theory</i> , la teoria de la socialització grupal.....	72
1.5.1. L'especificitat del context de socialització.....	76
1.5.2. El nucli de la <i>GS Theory</i> : els processos grupals.....	78
1.5.3. Teories sociocognitives dels processos grupals.....	80
1.5.4. Principis de la <i>GS Theory</i>	83
1.5.5. Processos de diferenciació categorial: la formació de grups en la infància i l'adolescència.....	85
1.5.6. La transmissió cultural.....	86
1.5.6.1. El grup d'iguals dels progenitors.....	87
1.5.6.2. El grup d'iguals dels infants.....	87
1.6. Les anomenades cultures mediàtiques adolescents.....	90
1.6.1. Les cultures i subcultures adolescents.....	91
1.6.2. Ús dels mitjans audiovisuals amb els amics.....	93
1.6.3. Converses i jocs a través i al voltant dels mitjans audiovisuals.....	95

	Pàg.
1.6.4. Els equipaments i productes audiovisuals com a símbols d'estatus.....	96
1.6.5. Els adolescents, els mitjans audiovisuals i el consum.....	97
1.7. Consideracions finals.....	101
CAPÍTOL II. L'IMPACTE DE LA TELEFONIA MÒBIL EN LES CULTURES ADOLESCENTS EN PERSPECTIVA PSICOSOCIAL.....	103
2.1. Introducció: breu història sobre l'origen del telèfon mòbil.....	104
2.2. La penetració de la telefonia mòbil entre els adolescents a l'Estat Espanyol i als països de la Unió Europea.....	106
2.3. La investigació sobre l'impacte psicosocial de la telefonia mòbil en la població adolescent d'Espanya i de Catalunya.....	110
2.3.1. Resultats obtinguts a Catalunya.....	112
2.3.1.1. Variables contextuals: disponibilitat i ús del telèfon mòbil.....	112
2.3.1.2. Variables motivacionals: facilitat o dificultat per viure sense el telèfon mòbil i autoavaluació de la informació i l'interès mostrat per aquest mitjà.....	113
2.3.2. Resultats d'estudis realitzats a d'altres Comunitats Autònomes.....	119
2.3.2.1. Els joves i el telèfon mòbil a l'Aragó.....	119
2.3.2.2. Els joves i el telèfon mòbil a Navarra.....	121
2.3.2.2.1. El paper instrumental del telèfon mòbil.....	123
2.3.2.2.2. La interacció amb els amics a través del telèfon mòbil.....	125
2.3.2.2.3. La influència del telèfon mòbil en la vida familiar.....	126
2.3.2.2.4. La influència del telèfon mòbil en l'entorn escolar.....	126
2.3.2.2.5. Els efectes no desitjats del telèfon mòbil.....	127
2.4. Estudis sobre l'impacte psicosocial de la telefonia mòbil en la població adolescent en diferents països	128
2.4.1. Alemanya: més que un telèfon mòbil.....	129
2.4.1.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	129
2.4.1.2. Perspectiva dels adolescents alemanys: usos i disponibilitat.....	130
2.4.1.3. Perspectiva dels progenitors.....	133
2.4.2. Bèlgica: parlar sense comunicar o comunicar sense parlar.....	134
2.4.2.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	134

	Pàg.
2.4.2.2. Perspectiva dels adolescents belgues: usos i disponibilitat.....	135
2.4.3. Finlàndia: la comunicació mòbil en la vida dels nens i adolescents finesos.....	139
2.4.3.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	139
2.4.3.2. Perspectiva dels adolescents finesos: característiques de la comunicació mòbil.....	140
2.4.3.3. Perspectiva dels progenitors: el mòbil com a dispositiu de seguretat.....	142
2.4.4. Gran Bretanya: joventut i mòbils.....	144
2.4.4.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	144
2.4.4.2. Perspectiva dels adolescents britànics: els estudis quantitius i qualitius.....	145
2.4.4.3. Perspectiva dels adolescents britànics: identitat grupal i diferència.....	146
2.4.4.4. Perspectiva dels progenitors: els estudis quantitius i qualitius.....	147
2.4.5. Holanda: l'ús de la missatgeria mòbil per part dels joves.....	149
2.4.5.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	149
2.4.5.2. Perspectiva dels adolescents holandesos: diferències en l'ús del mòbil amb els adults.....	149
2.4.5.3. Perspectiva dels adolescents holandesos: usos dels SMS.....	150
2.4.5.4. Perspectiva dels adolescents: característiques de la cultura del mòbil.....	153
2.4.6. Noruega: noies adolescents i joves adults, dues subcultures del telèfon mòbil.....	155
2.4.6.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	155
2.4.6.2. Perspectiva dels adolescents noruecs: disponibilitat i usos del mòbil.....	156
2.4.6.3. Les noies adolescents: emancipació i vincles socials.....	157
2.4.6.4. La cultura dels joves adults.....	159
2.4.7. Rússia: comunicació mòbil com a fenomen social.....	161
2.4.7.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents.....	161
2.4.7.2. Perspectiva dels adolescents russos.....	161
2.4.7.3. Perspectiva dels progenitors.....	163
2.5. Consideracions finals.....	165

PART II. INVESTIGACIÓ EMPÍRICA	
CAPÍTOL III. INVESTIGACIÓ EMPÍRICA.....	169
3.1. Plantejament general de la recerca.....	169
3.2. Objectius generals.....	172
3.3. Fase I.....	173
3.3.1. Objectius específics.....	173
3.3.2. Objectius complementaris.....	175
3.3.3. Mètode.....	175
3.3.3.1. Mostra.....	175
3.3.3.1.1. Mostra de nois i noies.....	176
3.3.3.1.2. Mostra de progenitors.....	177
3.3.3.2. Instruments.....	177
3.3.3.3. Procediment.....	178
3.3.4. Anàlisi de dades.....	179
3.4. Fase II.....	179
3.4.1. Objectius específics.....	179
3.4.2. Mètode.....	180
3.4.2.1. Participants.....	180
3.4.2.1.1. Selecció dels participants adolescents.....	181
3.4.2.1.2. Selecció dels participants adults (progenitors).....	181
3.4.2.2. Instrument.....	182
3.4.2.3. Procediment.....	185
3.4.3. Anàlisi de dades.....	186
CAPÍTOL IV. PRINCIPALS RESULTATS DE LA RECERCA.....	190
4.1. Resultats de l'estudi mitjançant qüestionaris.....	192
4.1.1. Anàlisi de la mostra obtinguda.....	192

	Pàg.
4.1.2. Respostes dels adolescents.....	195
4.1.2.1. Disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil.....	195
4.1.2.2. Variables motivacionals relacionades amb la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil.....	197
4.1.2.2.1. Avaluació de la facilitat o la dificultat per viure sense telèfon mòbil.....	197
4.1.2.2.2. Informació en relació al telèfon mòbil	199
4.1.2.2.3. Interès pel telèfon mòbil.....	201
4.1.2.3. Variables relacionals referents a la disponibilitat i ús del telèfon mòbil.....	202
4.1.2.3.1. Activitats relacionals mitjançant el telèfon mòbil.....	202
4.1.2.3.2. Relacions i comunicació a l'entorn del telèfon mòbil.....	205
4.1.2.4. L'autoestima, el suport social percebut i el telèfon mòbil.....	207
4.1.3. Respostes dels progenitors.....	210
4.1.3.1. Autovaluació del nivell d'informació dels progenitors en relació al telèfon mòbil i les atribucions que fan respecte el nivell d'informació dels seus fills/es.....	210
4.1.3.2. Autovaluació de l'interès dels progenitors en relació al telèfon mòbil i les atribucions que fan respecte l'interès dels seus fills/es.....	213
4.2. Resultats de l'estudi mitjançant grups de discussió.....	217
4.2.1. Temàtica 1: Les raons de la insatisfacció majoritària mostrada pels adolescents en mantenir converses sobre el què fan o miren amb els mitjans audiovisuals, amb els progenitors.....	218
Eix 1: Avaluacions de satisfacció.....	221
Tema 1. Amb les converses amb els iguals.....	221
Tema 2. Amb les converses amb els progenitors.....	223
Eix 2: Avaluacions d'insatisfacció.....	225
Tema 3. Amb les converses amb els progenitors.....	225
Eix 3: Desig de canviar.....	228
Tema 4. Interès en mantenir converses amb els progenitors.....	229
Eix 4: Desig de no canviar.....	229
Tema 5. No interès en mantenir converses amb els progenitors.....	229
Tema 6. Priorització del control de certs aspectes de la vida dels fill/es.....	231

	Pàg.
4.2.2. Temàtica 2: Les possibles explicacions del ràpid canvi d'interès de les noies observat en menys de 4 anys cap alguns mitjans audiovisuals com Internet, l'ordinador i, sobretot, el telèfon mòbil.....	234
Eix 1: Argumentacions explicatives de les raons de canvi.....	236
Tema 1. Manera de ser de les noies.....	236
Tema 2. Dinàmiques socials.....	238
Tema 3. Avantatges dels aparells.....	239
Tema 4. Canvi d'actitud dels progenitors.....	240
Eix 2: Disconformitat amb el postulat.....	241
Tema 5. Actitud negativa davant les NTICs.....	241
4.2.3. Temàtica 3: Les raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat manifestada per part dels adolescents de viure sense aquesta tecnologia.....	242
Eix 1: Argumentacions explicatives de les raons per tenir mòbil.....	245
Tema 1. Interacció amb els amics.....	245
Tema 2. Interacció amb la família.....	247
Eix 2: Argumentacions explicatives de les raons per no tenir mòbil.....	248
Tema 3. Decisió pròpia dels adolescents.....	248
Tema 4. Decisió presa pels progenitors.....	249
Eix 3: Argumentacions de la facilitat o dificultat per viure sense el telèfon mòbil.....	250
Tema 5. Facilitat per viure sense el mòbil.....	250
Tema 6. Dificultat per viure sense el mòbil.....	251
4.2.4. Temàtica 4: Elements implicats en la disponibilitat i ús del telèfon mòbil per part dels adolescents: forma de consecució, de pagar les despeses i edat adequada per tenir mòbil.....	253
Eix 1: Elements motivacionals implicats en la disponibilitat i l'ús del mòbil.....	255
Tema 1. Consecució del mòbil.....	255
Tema 2. Pagament de les despeses.....	256
Tema 3. Edat adequada per tenir mòbil.....	257

	Pàg.
4.2.5. Temàtica 5: La importància de tenir telèfon mòbil propi: les atribucions dels adolescents envers a la importància que creuen que els seus progenitors donen a aquest aparell, la pròpia importància manifestada pels progenitors i l'actitud dels progenitors cap a l'ús que els fills fan del mòbil.....	258
Eix 1: Argumentacions referents a la importància de tenir un telèfon mòbil propi.....	260
Tema 1. Atribució que els fills fan de la importància atorgada pels progenitors.....	260
Tema 2. Importància manifestada pels progenitors.....	261
Tema 3. Actitud dels progenitors en relació a l'ús que en fan els seus fills.....	262
4.2.6. Temàtica 6: Actitud dels progenitors en relació a les noves cultures mediàtiques i formes de relació i comunicació dels adolescents.....	265
Eix 1: Actituds enfront les cultures mediàtiques emergents.....	267
Tema 1. A favor dels canvis tecnològics.....	267
Tema 2. En contra dels canvis tecnològics.....	268
<hr/> PART III. DISCUSSIÓ I CONSIDERACIONS FINALS <hr/>	
CAPÍTOL V. DISCUSSIÓ DELS RESULTATS.....	271
CAPÍTOL VI. CONSIDERACIONS FINALS.....	313
CAPÍTOL VII. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES.....	319
ANNEXES.....	345
Annex 1. Perfil de nois i noies participants en els grups de discussió.....	345
Annex 2. Perfil de pares i mares participants en els grups de discussió.....	346
Annex 3. Qüestionari administrat als adolescents (12 a 16 anys).....	347
Annex 4. Qüestionari administrat als progenitors.....	351
Annex 5. Guió dels grups de discussió d'adolescents.....	353
Annex 6. Guió dels grups de discussió de progenitors.....	355
Annex 7. Índex de taules, quadres, figures i gràfiques.....	357

Agraïments

Realitzar un treball de tanta envergadura comporta moltes hores de recerca, de lectura, d'aïllament, de tensió, d'alegria i, perquè no, de desesperació. En començar a plantejar-me l'estructura d'aquesta tesi va ser com tenir una caixa de puzzle plena de fitxes sense cap ordre, les quals he hagut d'anar situant al seu lloc amb molta cura. Tenir persones al teu voltant que t'orientin, t'animin, es preocupin i s'interessin pel que fas és l'ingredient més important per poder tirar endavant aquest projecte. És per això, que vull dedicar unes quantes fulles del meu treball a agrair a cadascuna d'aquelles persones que m'han donat suport durant aquest procés. Per a mi totes les persones que citaré han estat crucials en un moment o altre d'aquest treball.

En primer lloc, vull donar les gràcies als veritables protagonistes d'aquesta història: els nois i les noies que han col·laborat en cadascuna de les recollides de dades d'aquesta recerca. També haig d'agrair als directors/es i als presidents/es de les AMiPAS dels Instituts d'Educació Secundària Obligatòria de la província de Girona haver col·laborat en aquest procés.

Agraeixo profundament la dedicació, atenció, guia i paciència que ha tingut el Director d'aquest projecte, el Dr. Ferran Casas. Li dono les gràcies per haver-me trucat un dia a casa i proposar-me formar part del seu equip de recerca. Li agraeixo la confiança que ha fet créixer en mi com a persona i com a professional. Són innumerables les qualitats que puc destacar de la seva persona però si n'haig de triar alguna seria la seva capacitat de transmetre coneixement. A part de ser una excel·lent tutor és també un bon company de feina i amic, amb el qual hem compartit quelcom més que l'espai de treball. En aquest mateix sentit, haig de donar les gràcies a dos pilars fonamentals pel nostre grup de recerca: la Mònica González i la Cristina Figuer. Cadascuna m'ha aportat diferents coses en l'àmbit laboral, però sobretot, en el personal. Però el que més els agraeixo és la seva amistat. No puc tampoc oblidar la gran tasca que desenvolupa la secretària de l'IRQV, la Sra. Marissa Moradell, sempre disposada a ajudar i a solucionar tot allò que estigui al seu abast. Agrair també a la Dolors Navarro, els innumerables moments que hem compartint fent recerca i l'aportació del seus consells i suport fruit de la seva experiència.

També haig d'agrair que fa quatre anys el Ministerio de Ciencia y Tecnologia creies oportú becar-me i donar-me la oportunitat de formar-me com a investigadora. Agraeixo, altrament, la col·laboració i el suport que molts professors del Departament de Psicologia m'han brindat tant al llarg de la llicenciatura com durant el doctorat. Especialment vull agrair a la Dra. M^a Eugènia Gras la predisposició que ha mostrat sempre per ajudar-me quan ho he necessitat. Gràcies també a la resta de companyes del departament, especialment a la Natàlia, l'Ana Belén, l'Anna, l'Irma i la Carme.

Agraïments

Els meus agraïments més incondicionals i profunds els haig de donar al meu pare Francisco i la meva mare Engracia. Cap dels dos es va poder permetre estudiar per l'època en la qual els va tocar viure. Un dels valors més importants que m'han transmès al llarg de la meua vida és que cal aprofitar les oportunitats que se't presenten en cada moment. Sempre he sentit certa tristesa pel fet que ells no han pogut desenvolupar alguna carrera professional com la meua. Han hagut de treballar i sacrificar les seves hores per a mi i la meua germana. No obstant això, ambdòs hem sigut molt bones estudiants i unes filles molt correctes. Com diria el meu pare *a casa som una pinya*. En aquesta pinya, no pot faltar una persona molt important: la meua germana Merche. Ho puc dir "més alt però no més clar" que ha estat el model que he seguit des de la meua infància. Ella m'ha obert moltes portes i jo sempre l'he seguit. La veritat és que em sento molt afortunada per la família en la que he crescut. La nostra riquesa ha estat estimar-nos i compartir. No puc oblidar dedicar aquesta tesi al company de la meua germana i la petita Syrah.

Vull agrair el suport de la meua parella i la seva família. Sempre han admirat la meua trajectòria professional i la meua feina. Malgrat tenir professions molt diferents, el meu company sempre s'ha interessat per conèixer tot allò relacionat amb la meua carrera professional. Per estimar-me, suportar-me, escoltar-me, abraçar-me i una llarga llista d'adjectius més, moltes gràcies.

Aquí també tenen cabuda els amics. Em puc sentir afortunada ja que els que tinc valoren la meua tasca i s'interessen pels meus estudis. A tots ells també els dedico aquesta tesi.

També agraeixo a la meua "família Brasileira", la Dra. Adriana Wagner, el seu espòs i el seu fill, l'estima que han mostrat cap a mi. Sempre recordaré els moments que he compartit amb ells i les llargues converses que hem tingut. Gràcies per confiar en mi.

Mai estaré prou agraïda a totes aquelles persones que han cregut i creuen en mi. Gràcies a tots ells he aconseguit ser una persona més feliç.

"¿Qué mano invisible puso este libro a nuestro alcance? ¿Qué misteriosa influencia nos impulsó a leerlo? Si hubiéramos seguido ignorando su existencia, si todas sus semillas que fructificaron en nosotros -de modo tal que las creímos preexistentes en el espíritu y sólo reveladas por la lectura- se hubieran malogrado: ¿cómo seríamos ahora? ¿Qué parte indeterminable de nuestra alma hubiera permanecido estéril? ¿Qué no hubiera sido y qué continuaría siendo en lo recóndito de nuestro ser moral?"

Rafael Alberto Arrieta, "Encrucijada", a El encantamiento de las sombras

Què és per a tu el telèfon mòbil?

“Una manera de comunicar-se, tenir més relacions amb els teus amics, parlar-hi més... és que abans només podia parlar a l'escola i ara a cada moment estem allà amb el mòbil parlant” (Noia de 13 anys)

“Un aparell que és molt millor que un telèfon fix... perquè al telèfon fix no es pot deixar missatges i en el telèfon fix només hi ha un to i al mòbil molts més i també es pot fer sonar cada vegada més fort” (Noi de 12 anys)

Començar la presentació d'una investigació amb les cites textuais de dos adolescents ens sembla prou adient per introduir al lector en el transfons de la importància de l'estudi dels aspectes psicosocials que es donen a l'entorn de la telefonia mòbil. La primera part del títol d'aquesta recerca, fa referència a les *cultures mediàtiques adolescents* que estan *emergint* a l'entorn dels mitjans audiovisuals. El telèfon mòbil ha sorgit conjuntament amb tota una sèrie de mitjans audiovisuals i, com podrem comprovar al llarg d'aquesta tesi, l'ús del telèfon mòbil està associat a l'ús d'altres tecnologies. Alguns autors es refereixen a aquests adolescents com la Generació @ (Feixa, 2005) o la Generació Handy (Fàcil, Oskman i Rautiainen, 2002) per la facilitat que mostren en usar, sovint alhora, múltiples tecnologies. Avui en dia, no costa gaire imaginar-se a un jove parlant amb els seus amics de manera simultània pel Messenger i pel telèfon mòbil, mentre, escolta música pel seu Ipod o l'MP3.

Des del punt de vista psicosocial, el nostre interès per l'estudi dels aspectes relacionals, interaccionals i comunicatius de les persones sorgeix a partir d'un macro estudi en el que es pretenen analitzar la influència de les NTICs en la vida dels adolescents i les interaccions que aquests mantenen amb els adults. Els motius que ens porten a dur a terme aquesta tesi centrada en l'ús que els adolescents fan del telèfon mòbil en la nostra societat acceleradament canviant són diversos. Com a raó més destacada podem fer referència a la creixent importància que aquesta tecnologia té en la quotidianitat dels nois i les noies, no només com a eina que els ha facilitat la comunicació, sinó també com a eina que els ajuda a mantenir i expandir els seus llaços relacionals. Sembla ser que qui no té un mòbil avui en dia no està dins de l'esfera social de la comunicació.

Com anirem veient en els dos capítols que formen el marc teòric, alguns estudis han posat de manifest com molts nois i noies són incapaços de plantejar-se per un moment (i diem plantejar-se perquè dur-ho a terme els resulta impossible) passar un sol dia sense el seu mòbil (Naval, Sádaba i Bringué, 2002). D'altra banda, i no menys important, sembla evident que l'aparició de les NTICs – terme que ben aviat haurà de ser canviat pel de TICs doncs ja fa uns quants anys que han penetrat per totes les esferes socials- ha creat una mena de trencament generacional. Els adolescents i, cada vegada més, els infants són els grans “savis”, coneixedors i experts manipuladors d'aquests aparells

electrònics. De manera que la majoria dels adults passen a un segon pla amb termes de socialització en aquest aspecte. El lloc dels progenitors és ocupat ara pel grup d'amics que són, sens dubte, amb els que s'aprèn a utilitzar aquests instruments. Però, darrera d'aquests *gadgets*, s'amaga el que realment esdevé rellevant des d'un punt de vista psicològic i social: l'educació en valors, la transmissió de valors presents majoritàriament als mitjans de comunicació i, el que esdevé més preocupant, la manca de referents adults per contrastar tots aquells valors que els joves estan aprenent a través de l'ús de determinats mitjans.

Per tant, un dels punts forts que guiarà aquesta tesi serà la contraposició dels models tradicionals i unidireccionals de socialització dels fills enfront dels que defensen que els grans socialitzadors estan fora de la família i que són el grup d'iguals i que la socialització entre progenitors i fills s'ha de basar en models relacionals i interaccionals. La lectura d'alguns dels estudis de J.R. Harris, m'han ajudat a reflexionar i a posar en dubte els models de socialització més tradicionals en els que es defensa que és en el sí de la família on s'aprenen totes aquelles normes i valors que després ens portaran a ser ciutadans cívics. Però, com és que els adolescents coneixen tan bé com funcionen algunes tecnologies i els seus progenitors no? Per què els nois/es es mostren poc satisfets en parlar d'aquests temes amb els seus pares i mares? Per què són els amics els principals agents socialitzadors dels nostres joves (almenys en aquestes qüestions)? És real que les NTICs estan creant una escletxa generacional entre pares i fills? Aquestes qüestions i d'altres són alguns dels aspectes que pretendrem desvetllar al llarg d'aquest treball. Podem avançar que, com assenyala Harris (2003) en el seu llibre *El mito de la educación*, des del punt de vista dels nois/es, la socialització en els seus primers anys de vida consisteix principalment en aprendre que "no s'han de comportar com ho fan els seus progenitors" (p. 36).

Seguint en aquesta línia, podrem descobrir com els grups tenen una enorme influència en la conducta de consum: comprem aquells productes que ens ajudin a sentir-nos identificats amb els nostres grups de referència i que ens fan sentir acceptats per a ells. En aquest cas, sembla ser que el grup d'iguals és el que impulsa per diversos processos psicosocials com la pressió de grup o la influència social a que cadascun dels seus membres s'identifiquin entre ells per unes mateixes característiques. Podrem observar, en aquest treball, que el fet de tenir o no un mòbil propi pot ser un factor per sentir-se exclòs o no d'un grup.

Una cultura no és un model rígid sinó flexible; per aquest motiu podem trobar dins d'un mateix marc cultural grups petits o subcultures. Pretenem explorar quines cultures mediàtiques estan emergint

durant la primera adolescència a l'entorn del telèfon mòbil i, fins i tot, si dins d'aquestes cultures hi ha altres subcultures. Tal com ja assenyalava McLuhan en els anys 60, el mitjà és el missatge, per tant, d'aquest aforisme podem extreure la idea que la manera de conèixer una cultura és fixar-se en les seves eines de conversa. Entenent, i compartint el punt de vista de Postman (1983), la paraula "conversa" fa referència metafòricament no només a la parla, sinó també a totes les tècniques i tecnologies que permeten a la gent d'una cultura determinada intercanviar missatges.

Per altra banda, la manca de comprensió per part dels adults de molts dels comportaments dels adolescents en relació a l'ús que fan d'algunes tecnologies podem analitzar-la en funció de les representacions socials de la infància i l'adolescència que s'han anat configurant al llarg del temps al si de cada cultura. L'antiga societat occidental es representava als infants com a individus sense valor social (tenien un caràcter *invisible*); la infància es reduïa al període de la seva major fragilitat, quan l'infant no podia valdre's per sí mateix; tan bon punt tenia un mínim de capacitats físiques, se l'agrupava amb els adults, amb els quals compartia feines i jocs. El nadó es convertia de seguida en un home jove sense passar per les etapes de l'adolescència, las quals no configuraven una clara representació social abans del segle XX, malgrat que actualment han esdevingut essencials per a pràcticament totes les societats, desenvolupades o no econòmicament i tecnològicament. Avui en dia, la importància que ha adquirit l'adolescència com a grup social fa que molts investigadors/es ens plantegem explorar com construeixen cultures pròpies deixant de banda la perspectiva o el punt de vista dels adults per donar pas al propi punt de vista dels nois i noies que es troben en aquest període de desenvolupament. De fet, podem argumentar que majoritàriament els adolescents actualment són representats en l'imaginari social com a persones competents, que tenen les seves pròpies normes, valors i, en definitiva, cultures i formes d'entendre la vida.

La diferenciació categorial entre el propi grup (endogrup) i l'altre grup (exogrup) comporten un seguit de processos psicològics que fa que les persones tendim a comparar-nos amb altres grups, accentuant la percepció de similituds entre els membres del propi i la percepció de diferències amb els membres de l'altre grup o altres grups. En aquest sentit, l'aparició de les NTICs sembla ser que està incrementant la diferenciació categorial entre el grup dels infants/adolescents i el grup dels adults. Pels nois i noies, el fet de disposar d'un telèfon mòbil s'ha convertit en un símbol identitari que els atorga un cert estatus i que, per tant, els facilita crear unes barreres imaginàries entre el seu món i el dels adults. Pels adults, ans el contrari, el fet que un fill o filla sigui propietari d'un telèfon mòbil els serveix per incrementar la percepció de seguretat del fill/a (i la pròpia) i per tenir la sensació de major control del que aquests fan. Per tant, amb aquesta actitud els adults reforcen dues idees: per una

banda, la idea que cal sobreprotegir al grup social dels infants/adolescents ja que la representació social que domina en la ment dels adults és que aquests “encara no” estan preparats per ser competents o que encara no tenen capacitat de decidir i, per l'altra banda, la idea que cal tenir-los controlats per tal que se socialitzin i s'integrin de manera coherent en la vida social. Aquesta ambivalència en les representacions socials que de l'adolescència ens fem els adults serà un altre dels pilars teòrics importants que anirem desgranant al llarg d'aquesta recerca

En síntesi, podem dir que a través d'aquesta tesi es pretén posar de manifest quins són els elements claus que estan emergint en les actuals cultures adolescents a l'entorn de les noves tecnologies. Donat que l'aparició del mòbil i la seva accelerada expansió posterior és un fenomen que apunta a mantenir-se present en les noves formes de relació i comunicació de l'home contemporani, creiem oportú dedicar aquesta recerca a evidenciar com i fins a quin punt aquest aparell està redefinint les formes de vida dels nois i noies de la nostra societat.

PART I
FONAMENTACIÓ TEÒRICA

Capítol I

*Els mitjans audiovisuals en l'adolescència: aproximacions
teòriques generals i aportacions específiques referides a
les relacions familiars i les relacions amb els iguals*

En aquest primer capítol s'ha procedit a fer un repàs sobre les principals aproximacions teòriques identificades en la literatura científica a l'entorn de l'estudi dels mitjans audiovisuals. Les investigacions actuals mostren com els mitjans de comunicació són un aspecte central de la vida dels joves de la nostra època. Segons alguns autors, aquest fenomen pot provocar, principalment, dues reaccions contraposades en el món dels adults. Per una banda, trobaríem aquells progenitors que tindrien una visió integrada dels mitjans audiovisuals en la vida dels seus fills. Acceptarien que les Noves Tecnologies de la Informació i la Comunicació (NTICs) són instruments potencials de socialització dels més joves i que aquests tenen unes habilitats naturals en el seu domini i ús. Per altra banda, estarien els adults amb una visió més apocalíptica envers els mitjans. Aquests destacarien els arguments respecte que els mitjans poden tenir una influència negativa en el benestar psicològic - i també físic- dels adolescents. A més, exposar-se als mitjans sovint és vist com un camí cap a la violència i la delinqüència, la disminució dels assoliments educatius i tot un conjunt de comportaments antisocials. A vegades, aquestes angoixes augmenten el nivell dels "pànics morals", en els quals els mitjans són vistos com els principals responsables de la transmissió dels estàndards morals i el comportament civilitzat.

Els estudiosos de la infància han deixat força de banda durant molt de temps el paper que tenen els mitjans audiovisuals en la vida dels infants i adolescents. Actualment, però, és impossible entendre-la sense tenir-los en compte. Podem apuntar que els infants avui en dia estan vivint "la infància dels mitjans" – ja que l'experiència dels infants, i els significats de la infància, estan molt determinats i definits pels mitjans electrònics. No obstant això, els infants són sovint anomenats "consumidors actius", els quals estan molts segurs de sí mateixos, són prudents i discriminants en les seves relacions amb les NTICs. Per descomptat, els debats sobre aquests temes són freqüents en els països industrialitzats; i és l'experiència dels infants i adolescents que creixen en aquestes societats "saturades pels mitjans" l'objectiu més important d'aquesta tesi.

Tenint en compte aquestes consideracions, hem estructurat aquest primer capítol en set apartats. En el primer apartat, presentem breument algunes de les teories sobre els mitjans de comunicació que es van desenvolupar a la dècada dels 90. Seguidament, exposarem algunes de les principals perspectives d'estudi en relació als infants i els adolescents i els mitjans audiovisuals. Com hem apuntat en el primer paràgraf, sembla ser que en l'estudi de la influència dels mitjans en el desenvolupament dels infants i adolescents hi ha dos punts de vista contraposats. Farem un repàs de cadascun d'ells exposant les principals idees i autors que han defensat aquestes aproximacions.

En l'apartat tercer, farem referència a les relacions intergeneracionals en perspectiva psicosocial. Parlarem, primerament, de les representacions socials i la seva aplicació a la infància i l'adolescència i com aquestes tenen a veure amb l'ús i la disponibilitat de les NTICs i amb les relacions grupals.

Seguidament, en referirem als models de socialització en perspectiva psicosocial, exposant breument els més tradicionals que són els unidireccionals i els bidireccionals per posar l'èmfasi en els models interaccionals. Per acabar, analitzarem els diferents agents socialitzadors dels infants i els adolescents, destacant com, al que tradicionalment es considerava el tríode socialitzador (família, escola i televisió), se li han afegit les "noves pantalles" i el grup d'iguals.

En el quart apartat, ens centrarem en la socialització en el context familiar i les relacions paterno-filials. Exposarem les característiques típiques de l'etapa adolescent, tenint en compte, el context acceleradament canviant en el que es desenvolupen actualment els nois i noies i el context familiar (relacions, comunicació, temes de discussió, etc.).

Com un altre important agent socialitzador, presentarem en el cinquè apartat la tesi de Judith H. Harris que dóna suport a la idea que la socialització dels infants i dels adolescents es produeix principalment fora de la família. La lectura d'alguns articles i llibres de Harris han marcat un punt d'inflexió per alguns investigadors en la manera de considerar la importància que els amics tenen en el processos de socialització dels joves. En l'adolescència, com anirem desvetllant al llarg d'aquest capítol, sembla ser que els joves tenen com a important punt de referència als iguals. Molts dels valors i normes que han après al llarg de la seva infància en les seves llars passen a ser substituïts per altres de nous, que d'una manera o altra, determinen si són acceptats o no per un determinat grup.

En el sisè apartat, parlarem d'una altra font important de socialització entre els infants i els adolescents: els mitjans audiovisuals. Sense dubte, el domini dels mitjans de comunicació com els ordinadors, Internet, el mòbil o els videojocs en la vida de molts joves de les societats industrialitzades constitueixen una de les principals fonts de socialització i consum.

Finalment, presentem un apartat amb les consideracions finals d'aquest primer capítol fent una reflexió sobre les teories exposades i els agents socialitzadors més importants en l'adolescència i, al seu torn, introduïrem els temes que es tractaran en el segon capítol.

1.1. Algunes teories sobre els mitjans, amb implicacions psicosocials

Des de Durkheim els continguts psicològics es lliguen a continguts socials i culturals. Les teories de principis de segle passat van ser en general molt conscients del context cultural i social i aquesta consciència va penetrar ràpidament entre els teòrics que s'ocuparen dels mitjans (del Río, 1996).

L'entorn perceptiu de la biologia ecològica es veu ràpidament acompanyat per un entorn perceptiu de la cultura i la història individual. En realitat, Lippman (1922), que tanta influència ha exercit en els teòrics de la comunicació de masses, beu d'aquesta tradició al distingir entre *environment* (medi: "el món que està allà fora") i *pseudo-environment* (pseudo-medi: "les nostres percepcions individuals del món"). El medi natural està filtrat pel pseudo-medi, i són els mitjans culturals de comunicació els que fabriquen el filtre. Quan Lippman titula el Capítol 1 del seu *Public Opinion* "El món d'allà fora i les imatges en el nostre cap" és per afirmar que aquestes imatges en el nostre cap procedien majoritàriament de les imatges que ens faciliten els mitjans de comunicació.

De les teories que han circulat pel món de la comunicació en tot aquest temps, hi ha algunes que s'han actualitzat i operen encara en aquest escenari dels efectes profunds dels mitjans de comunicació. Anem-les a recordar breument.

1.1.1. L'agenda setting

McCombs (1994) senyala que les tesis bàsiques de l'*agenda* segueixen essent vàlides: els mitjans structuren i organitzen el món al nostre voltant. Aquesta teoria estudia com els mitjans exerceixen influència en les audiències mitjançant els temes considerats de major rellevància. Tot i que no aconseguen sempre dir-nos el què hauríem de pensar, aconseguen dir-nos en què hem de pensar. El mitjà no decideix pel públic què és el que ha de pensar o opinar sobre un fet, tot i que sí decideix quines són les qüestions que estaran en l'opinió pública.

A aquest conjunt de continguts se l'anomena *agenda*. Des del punt de vista de la teoria de l'*agenda setting*, el terme *agenda* s'utilitza en el sentit metafòric per expressar com les agendes o temes considerats rellevants pels mitjans passen a formar part també de les agendes de l'audiència. Les persones no només reben informació a través dels mitjans sobre determinats temes que ocorren en el món, sinó també aprenen d'ells la importància i l'èmfasi que els han de donar.

A Espanya i a Europa estem assistint a una demostració del poder dels mitjans com a definidors del "en què pensar". En general, les demostracions de la tesi de l'agenda es fan avui dia seguint la metodologia següent: comprovant la convergència entre el que està al cap dels ciutadans (mitjançant la tècnica del qüestionari, en la majoria dels casos) i el que està en els mitjans, al llarg del temps perllongat per evitar coincidències de factors en un determinat moment.

Els mitjans marquen més l'agenda de la gent que necessita orientar-se, com aquells que arriben per primera vegada a un país, ciutat, o a un problema que abans no els afectava i ara ho fa. I marquen menys quan el subjecte té una intensa agenda d'activitat i contacte directe amb el problema.

Dos canvis d'èmfasi es donen en la investigació actual de l'*agenda setting*. El primer, com assenyala McCombs (1994), suposa passar del tema clàssic que consistia en tractar de conèixer quines notícies o continguts i quins comunicadors influïen en quines representacions dels receptors (on l'*agenda* dels comunicadors és la variable independent) i, el segon, suposa investigar què és el que determina l'agenda dels comunicadors (on aquesta ha passat a ser la variable dependent).

Un altre canvi important en la investigació de l'*agenda setting* ha estat el pas, des d'una agenda construïda i investigada a partir de la premsa i la notícia *escrita* sobre el món, a una altra elaborada des de la televisió, la *llengua i la imatge*. És un canvi important perquè les representacions elaborades des dels mitjans escrits són molt diferents de les elaborades des dels mitjans visuals i auditius. En la mesura en que l'*agenda* s'inscriu en una tradició fonamentalment verbal i lecto-escrita, haurà de fer un esforç per entendre la comunicació audiovisual si pretenen mantenir el model actiu.

1.1.2. La perspectiva del cultiu

Si l'*agenda setting* es preocupa de quin món d'imatges es "fica" en el cap del ciutadà, podríem dir que a la *Cultivation Perspective* li preocupa més aviat en quin món d'imatges posa el cap el ciutadà, en quin "caldo de cultiu" es va formant el seu cap.

No és el mateix, malgrat ho pugui semblar a primera vista. L'**agenda**, començant pel propi terme, és una filla del racionalisme modern i de la perspectiva informacional, una visió que els coneixements "existeixen", s'empaqueten i es traslladen com productes manufacturats; i es una teoria dels mitjans des de dins dels mitjans. L'**òptica del cultiu** és més postmoderna. No interessen tant aquells coneixements que ens arriben per processar, com el nostre propi creixement, *desenvolupament* o

construcció en un entorn audiovisual que més que transmetre "bits", es constitueix en *umwelt* i es filtra, des de que naixem fins que morim, dins de nosaltres i ens fa ser d'una forma nova i diferent. Es una teoria **des dels mitjans cap a la cultura**. Gerbner, Gross, Morgan i Signorelli (1980) van exposar fa vint-i-vuit anys aquest model i l'han anat redefinint, amb el suport de molts investigadors que s'han anat sumant a ells.

Al superar les barreres històriques de l'alfabetització i de la mobilitat, la televisió s'ha convertit en la font primària comú de socialització i d'informació diària (sobretot sota la forma d'entreteniment) de poblacions heterogènies. Molts dels que ara viuen amb la televisió mai abans van formar part d'una cultura nacional compartida. La televisió proporciona, potser per primera vegada des de la religió preindustrial, un ritual diari que les èlits comparteixen amb molts altres públics. El nucli de l'analogia televisió i religió, i la similitud de les seves funcions socials, radica en que "ambdues repeteixen contínuament patrons (mites, ideologies, "fets", relacions, etc.), que serveixen per definir el món i legitimar tot allò social" (Gerbner, Gross, Morgan i Signorelli, 1994, p.18).

Per aquests autors la "selecció" és un mite. Un no pot ser selectiu amb l'aigua del riu en la que s'està banyant i deixar que el toquin unes molècules i no altres. Amb set hores al dia de mitjana en què està encesa la televisió en cada llar nord-americana, els programes no se seleccionen. I els que veuen poques hores la televisió escullen molt més el *moment* de veure, que allò que veuen.

El massatge de McLuhan (1996) pren forma com a immersió i cultiu. L'aforisme *massatge* emprat per McLuhan, es desprèn de la seva obra *El mitjà és el missatge* (1967). Segons l'autor, els mitjans són el *massatge* perquè ens penetren pertot arreu i pels diferents àmbits de la nostra cultura. El *massatge* seria l'efecte dels mitjans, és a dir, el seu missatge. En aquest sentit, segons perspectiva del cultiu estem davant de l'espectador "suro" que es deixa portar per la corrent dels *mitjans-mitjans* (els mitjans com a entorn en que estem submergits). I les petites seleccions (recorrent al vídeo, al cable, etc.), diuen els investigadors del cultiu, quasi no assoleixen al final una dieta sensiblement diferent dels videoaddictius massius. El comandament a distància i els petits *gadgets* de navegació donen al televident la sensació de llibertat però tots naveguen pel mateix llac. Per utilitzar la metàfora més característica del *cultiu*, "totes les pastanagues, treguin més o menys el cap, estan al mateix hort". La televisió s'ha convertit en l'entorn simbòlic comú que interactua amb la majoria de les coses que fem i pensem.

Els investigadors del cultiu busquen detectar aquests grans efectes del fet de la immersió, els canvis comuns i no les petites diferències. Per això Gerbner i els seus col·laboradors han desenvolupat un projecte per definir una bateria d'Indicadors Culturals. Construïnt un "Índex Mitjà del Món" segons es presenta en televisió, aquests investigadors troben que la televisió porta a veure el món "falsejat" (els que veuen molta televisió creuen que en el món existeixen menys gent gran, més violència, etc., del que hi ha en realitat, adequant les seves creences al que veuen a la televisió). El televident es torna desconfiat (a la televisió apareix sobretot el món de gent en la que no es pot confiar) i adequa els seus valors i actituds per fer-les funcionals en el món de la televisió, no en el real.

Un aspecte important de la perspectiva del cultiu és que ha defensat una versió "forta" (però no simplista) de l'anàlisi del contingut. Els investigadors del cultiu han insistit en que, tot i les crítiques tradicionals referents al fet de connectar de manera no experimental els continguts i els efectes dels mitjans, la tesi del cultiu legitimaria una interpretació causal. Aquesta perspectiva és doncs una bona notícia en el panorama de les *Mass Communications*, però el model segueix essent encara excessivament tòpic i més metafòric que sistemàtic.

1.1.3. La perspectiva d'usos i gratificacions

Klappler reaccionava al 1960 davant d'una visió mecànica simplista dels efectes dels mitjans proposant una aproximació menys directa i automàtica. Els mitjans no actuarien directament, sinó indirectament, sobre la gent. Els mitjans no serien doncs per sí mateixos causes necessàries ni suficients, tan sols una de les causes de la influència ambiental i social. La qüestió important és explorar com *utilitzen* les persones els mitjans, és a dir, "per a quins fins o funcions serveixen els mitjans d'un segment determinat de receptors actius", de manera que els investigadors han d'explicar els efectes dels mitjans en termes dels objectius, funcions i usos (és a dir, usos i gratificacions) controlats per les pautes d'elecció dels receptors (Fisher, 1978). La perspectiva dels usos parteix d'una concepció de ciutadà lliure (i adult) capaç "d'escollir" i "utilitzar".

Lasswell (1948) havia diferenciat prèviament tres **funcions socials importants dels mitjans**: (a) vigilància i orientació en l'entorn; (b) articulació de les parts de l'entorn i; (c) transmissió de l'herència social. Wright (1960) va afegir després una quarta funció: (d) l'entreteniment.

Per la seva banda, Blumler (1960) tipifica tres grans **funcions o usos psicològics dels mitjans**: coneixement, diversió i identitat personal. La motivació pel *coneixement* augmentaria l'adquisició

d'informació; la motivació a l'*evasió* o *diversió* facilitaria la percepció d'objectes socials; i la motivació per la *identitat* promouria els efectes de l'esforç.

A nivell psicològic les funcions que cobreixen els mitjans es referirien a *necessitats* i motius dels subjectes. Katz, Blumler i Gurevitch (1974), des d'aquesta òptica definien els objectius d'investigació de la **perspectiva psicològica d'usos** com els següents:

- (a) explicar *com* utilitza la gent els mitjans per *gratificar* les seves necessitats;
- (b) comprendre els *motius* de les conductes d'usos dels mitjans i;
- (c) identificar les funcions o *conseqüències* que es desprenen d'aquestes necessitats, motius i conductes. Així, la perspectiva s'ocupa de:

(1) els orígens socials i psicològics de (2) les necessitats que generen (3) les expectatives sobre (4) els mitjans de comunicació o altres fonts, el que ens porta a (5) pautes diferencials d'exposició als mitjans (o incorporació a altres activitats), que alhora provoquen (6) gratificacions de les necessitats i (7) altres conseqüències, la majoria probablement no intencionals.

Rubin (1994) revisa les evidències acumulades al voltant del model i assenyala la pobresa relativa dels resultats. Tot i els seus pobres resultats reals, la perspectiva dels usos manté la seva vitalitat perquè conté dues afirmacions que han contribuït molt a destrivualitzar la investigació dels efectes:

- (a) que els mitjans han entrat, a nivell individual i social, en el fons del nostre sistema funcional i constitueixen mediacions essencials per a la seva formació;
- b) que els models mecànics, físics i informacionals no expliquen l'autèntica funció i efectes dels mitjans i és precís recórrer a models psicològics o psicosocials.

Dit això, la veritat és que els models psicològics aportats pels investigadors de la perspectiva són limitats i, paradoxalment, hereus de concepcions una mica simplistes i mecanicistes del subjecte, amb la qual cosa al final es veuen en el mal pas de combatre una simplificació mecanicista amb una altra.

Des d'una perspectiva actualitzada de la psicologia dels mitjans i de la motivació només ens podem explicar que el model segueixi encara actiu per la pertinença de la seva formulació inicial.

1.1.4. La perspectiva històricocultural

Des del punt de vista de del Ríó (1996) la psicologia dels mitjans, si és que no vol limitar-se als paradigmes clàssics, no té més remei que tornar-se una *psicologia cultural dels mitjans*, o una *ciència cultural del subjecte que utilitza els mitjans*. El mateix podem dir dels estudis de la comunicació de masses. Podríem assenyalar que els antropòlegs i els teòrics de la comunicació de masses estudien en gran part el mateix però amb diferents paraules. Això sí, separats per la línia del present històric i la modernitat: els mitjans de comunicació no són sinó la cultura o les mediacions culturals del present; la cultura no és sinó l'estudi dels mitjans de comunicació del passat. D'aquí l'incomprensible *aculturisme* dels estudis de la comunicació de masses.

Les ciències culturals s'ocupen del canvi social i cultural i dels efectes generals de la cultura sobre la humanitat, i la psicologia dels mitjans s'ocupa dels efectes sobre el receptor individual a nivell metodològic, però extrapolant a poblacions generals els seus resultats i conclusions, tot i que, contradictòriament, intenta evitar haver d'entrar en teories generals del subjecte i les seves relacions amb la cultura.

Des d'aquesta perspectiva d'estudi dels mitjans, es creu que una de les limitacions més importants que s'han donat entre alguns psicòlegs culturals és el fet d'haver de definir les unitats d'anàlisi i l'objecte d'estudi "des del camp dels psicòlegs". Aquest és el cos precisament de l'alternativa *històricocultural*, que pretén definir els processos i unitats d'anàlisi realment interdisciplinars. Vygotsky (primer lingüista i teòric de la cultura i després psicòleg) treballant des de la psicologia en formular la seva proposta, sí que creia fermament que no podria unificar-se biologia i cultura, allò físic amb allò simbòlic, allò intern amb allò extern, si no es definien unitats d'anàlisi, principis explicatius i eines metodològiques que no fossin ambdues coses –aquells parells oposats- a la vegada. Per tant, la focalització d'allò històric-cultural, socio-cultural, socio-històric, socio-genètic o històric-genètic (etiquetes diverses amb perspectives diverses al voltant d'un consens bàsic en allò principal) presenta aquesta avantatge i està aconseguint una gran participació i confluència interdisciplinària.

Pels autors que segueixen aquesta perspectiva d'estudi, aquesta darrera és la ciència cultural que veuen com a viable i convenient per fer ciència de la comunicació. El reenfortament cultural obre noves vies més enllà de la reducció informacional. El que en l'enfocament informacional és abstracte (individu, massa, missatge, símbol...), en l'enfocament històric-cultural (que salva instrumentalment allò informacional, però va més enllà) es concreta en marcs i processos culturals específics.

L'enfocament cultural retornaria un cos real a la comunicació, un subjecte definible i no només categòric.

Aquest reenfocament que suposa una ciència del subjecte i dels signes a la vegada era el que proposava Vygotsky quan reclamava “una història natural del signe”, és a dir, una investigació de les mediacions que han anat filogènicament, històricament i socialment teixint el context mediat amb què es construeix el fet humà, el desenvolupament d'aquest organisme manipulador de signes. Per tant, de tot el que hem dit fins ara podem treure una idea clau: la comunicació audiovisual seria més fidel a totes les seves possibilitats i a la riquesa transdisciplinars que posseeix si s'apropés més als fets i a les ciències de la cultura.

Malgrat que Vygotski va ser un dels grans impulsors d'aquesta corrent teòrica, cal dir que aquest autor molt poques vegades va fer ús del terme “sociocultural”. En canvi, tant ell com els seus seguidors solen parlar d'un mètode “sociohistòric” (vegeu Luria, 1981) o “culturalhistòric” (vegeu Smirnov, 1975; citat a Wertsch, del Río i Álvarez, 1997). Essent així, *en base a què podem justificar el fet d'apropiar-nos de moltes de les seves idees sota l'encapçalament d'investigació “sociocultural”?* Com assenyala Cole (1990) es tracta d'una qüestió de terminologia. Aquest autor utilitza l'expressió “psicologia socioculturalhistòrica” i argumenta que canviar-la pel terme “sociocultural” pot perjudicar el registre històric i no dona claredat conceptual. És per això que utilitza els termes “culturalhistòric” o “teoria de l'activitat culturalhistòrica”.

Vygotski, així com els seus col·legues durant els anys vint i trenta, estaven compromesos amb la formulació d'una psicologia fonamentada en el marxisme. Aquests creien en alguna forma universal de racionalitat i progrés humans. Es considerava que la racionalitat era accessible a tots els humans tot i que alguns grups d'individus podien retardar-se en relació a d'altres en el domini de la mateixa. En base a aquest pressupost, Vygotski i els seus col·laboradors van realitzar moltes distincions dins dels “dominis genètics” (Wertsch, 1985) de la història sociocultural i l'ontogènesi, entre formes “superiors” i “inferiors” de funcionament mental. Per exemple, en relació a la història sociocultural, Vygotsky feia referència al seu llibre *Studies on the History Behavior: Ape, Primitive and Child* (Vygotski i Luria, 1993) que els “pobles culturals” són diferents dels “pobles primitius” en les formes de llenguatge i pensament que utilitzen. Això no significa que els llenguatges primitius es considerin simples o menys adequats en tots els àmbits. En realitat, es feia referència precisament al contrari en determinats aspectes: *l'home primitiu no difereix de l'home cultural simplement perquè el seu llenguatge resulta ser més escàs en quant a significats, més cru i menys desenvolupat que el*

llenguatge d'un home cultural. Naturalment, això és així; però, ahora, el llenguatge de l'home primitiu ens sorprèn, precisament, per la seva enorme riquesa de vocabulari. Totes les dificultats per comprendre i estudiar aquests llenguatges parteixen, fonamentalment, de la seva superioritat sobre els llenguatges dels pobles culturals a causa del grau de riquesa, abundància i luxe de les seves diverses nomenclatures, que està totalment absent al nostre llenguatge (1993, p. 108).

No obstant això, tot i reconèixer que en determinats aspectes els llenguatges dels pobles primitius semblen ser superiors al llenguatge de "l'home cultural", Vygotski considerava que propietats com la "gran riquesa de vocabulari" constituïen obstacles per al desenvolupament "d'instruments psicològics" o "mitjans que feien de mediadors" (Wertsch, 1985) per un funcionament mental superior: *L'home primitiu no té conceptes; els noms genèrics i abstractes li són totalment aliens. Desenvolupa el món de manera diferent a com ho fem nosaltres... Totes les característiques del pensament primitiu es poden reduir a aquest fet fonamental, és a dir, al fet de que, en compte de amb conceptes, operin amb complexos... El principal avenç en el desenvolupament del pensament comporta un canvi en un primer lloc, consistent en utilitzar la paraula com a nom comú, a en un segon lloc, on la paraula és un signe d'un complex, fins acabar en un tercer lloc, on la paraula és un instrument o mitjà per desenvolupar el concepte... Es descobreix que el desenvolupament cultural del pensament manté una estreta relació amb la història del desenvolupament del llenguatge humà (pp. 118-121).*

En fer aquestes afirmacions sobre el pensament i el llenguatge, Vygotski estava partint d'unes pressuposicions molt fortes sobre la universalitat de la racionalitat i el progrés humà. El "pensament primitiu" en general difereix de les formes modernes en que el primer no es basa en conceptes abstractes. Es considera que aquests conceptes abstractes apareixen en un moment històric posterior.

1.1.5. Perspectives teòriques centrades en la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil

Les teories que tot seguit exposarem són fruit d'una revisió dels estudis sobre disponibilitat dels usuaris de telèfon mòbil realitzada per Peterson i Ling (2002). La revisió que fan aquests autors noruecs indica que es poden identificar diferents *escoles de pensament*. En aquestes escoles o perspectives d'estudi els investigadors de diferents àrees estan d'acord en que hi ha un conjunt rellevant de teories, metodologies, nivells i propòsits de recerca. Les tres primeres teories que presentem de forma resumida corresponen a tres escoles tradicionals trobades en els estudis sobre disponibilitat i ús de les tecnologies en general.

1.1.5.1. Les teories de la difusió

Els investigadors d'aquesta escola de pensament descriuen el *procés de difusió o expansió* com un període de temps que cal emprar per a categoritzar als usuaris en diferents tipus (vegeu Majan, Muller i Bass, 1990). Rogers (1995) per la seva banda intenta explicar el comportament dels usuaris emprant les característiques de la tecnologia introduïda. A més, manté que el *procés de difusió* consisteix en quatre elements: una innovació o nova tecnologia, un sistema social, els canals de comunicació del sistema social i el temps.

1.1.5.2. Les teories de la disponibilitat

Els investigadors d'aquesta escola generalment descriuen i expliquen la decisió de disponibilitat dels usuaris de tecnologies aplicant diferents teories individuals i socials de presa de decisions. No obstant això, destaquen tres models com els més aplicats: el model TAM (*Technology Acceptance Model*) o Model de l'Acceptació Tecnològica proposat per Davis (1989); el model TRA (*Theory of Reasoned Action*) o Teoria de l'Acció Raonada originalment proposat per Fishbein i Ajzen (1975); i finalment, trobem el model TPB (*Theory of Planned Behavior*) que resulta una extensió del primer model TRA i que originalment va ser plantejat per Ajzen (1985). En la literatura podem trobar molts estudis que apliquen alguna d'aquestes tres teories per explicar la disponibilitat dels usuaris de noves tecnologies (vegeu Venkatesh i Davis, 2000).

1.1.5.3. Les teories de la domesticació

La recerca duta a terme des de la perspectiva de la domesticació té una llarga tradició en l'estudi de la disponibilitat i l'ús de les tecnologies en la vida quotidiana. Alguns exemples de les tecnologies que s'han estudiat són el telèfon fix (vegeu Fisher, 1988), la televisió (vegeu Silverstone i Haddon, 1996a) i l'ordinador (vegeu Silverstone i Haddon, 1996b). Gran varietat de les recerques basades en la teoria de la domesticació han estat aplicades a l'estudi de la missatgeria de text del telèfon mòbil entre els adolescents. Per citar alguns exemples, Kasesniemi i Rautiainen (2002) van identificar tres usos addicionals de la missatgeria de text a més de l'enviament regular de missatges entre els amics: la col·lecció de missatges, la missatgeria en cadena i la lectura col·lectiva. Ling i Yttri (2002) han suggerit que la utilització de la missatgeria de text entre els adolescents pot ésser explicada segons una teoria *d'aprenentatge social i desenvolupament* (i també d'emancipació) ja que la missatgeria de text permet intercanviar idees sobre qüestions socials entre els adolescents. Per exemple, molts dels missatges en cadena identificats per Kasesniemi i Rautiainen (2002) eren de contingut sexual i eren

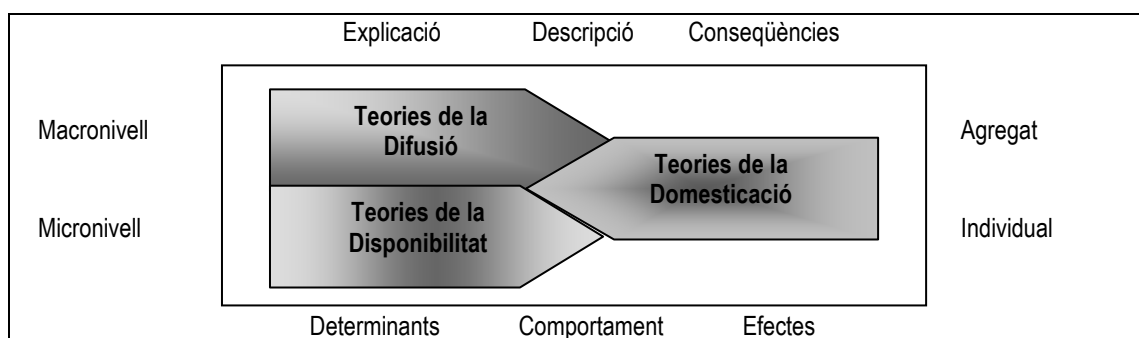
utilitzats pels adolescents per explorar i aprendre sobre aquesta qüestió. Per la seva banda, Eldridge i Grinter (2001) van estudiar la utilització dels SMS entre els adolescents i van observar que aquesta utilitat del telèfon mòbil era preferida a altres mitjans de comunicació per raons com el baix cost, la seva rapidesa i la fàcil utilitat d'aquest servei.

Cal destacar però, que la majoria de les recerques des d'aquesta basant teòrica han estat realitzades per sociòlegs i conseqüentment es caracteritzen per estudis descriptius referents a les característiques de la disponibilitat i l'ús de les tecnologies per variables demogràfiques com el gènere i l'edat. No obstant això, el principal focus de la recerca basada en aquesta perspectiva se centra en les conseqüències socials de la domesticació de la tecnologia que fa referència al procés en que l'ús de les tecnologies esdevé integrat en la nostra vida quotidiana.

Les tres perspectives teòriques que hem descrit fins aquí, diferencien pel seu nivell d'aplicació i el seu propòsit d'estudi. En aquest sentit, podem diferenciar dos nivells d'anàlisi: el *macronivell* (estudis de grups agregats) i el *micronivell* (estudi d'individus) referents als usuaris permanents de tecnologies (amb aquesta expressió ens referim als usuaris que utilitzen quotidianament alguna tecnologia). A més, segons el propòsit dels estudis podem diferenciar tres categories: els estudis *descriptius*, els estudis *explicatius* i els estudis de les *conseqüències*. Els estudis *descriptius* referents, per exemple, a la teoria de la disponibilitat pretenen descriure i caracteritzar la disponibilitat i els patrons d'ús dels usuaris permanents de les tecnologies. Altres estudis, però, van més enllà de la mera descripció i aporten *explicacions* del per què dels comportaments dels usuaris. Finalment, alguns estudis estan més preocupats en predir quines són les *conseqüències* que un determinat patró de comportament dels usuaris té en la societat.

En la Figura 1 podem veure representades les tipologies de les tres perspectives d'estudi segons el nivell d'aplicació (el *macronivell* referent a l'estudi de grups agregats i el *micronivell* referent a estudis individuals d'usuaris de tecnologies) i el propòsit d'estudi (estudis *descriptius*, estudis *explicatius* i estudis de les *conseqüències*).

Figura 1.- Tipologia de perspectives teòriques sobre els usuaris permanents de tecnologies mòbils segons el nivell d'aplicació i el propòsit d'estudi



Font: Peterson i Ling (2002)

Malgrat les teories de la *domesticació* predominen en l'estudi dels *usuaris permanents del telèfon mòbil*, també es troben estudis rellevants des de les teories de la difusió i la disponibilitat. Els estudis sobre els usuaris permanents de telèfon mòbil realitzats des de la *teoria de la difusió* se centren en descriure els processos de disponibilitat a nivell macro (grups agregats). Aquests estudis classifiquen als usuaris tenint en compte diverses categories, com ara els usuaris primerencs i els no usuaris. Un estudi il·lustratiu és el realitzat per Tjostheim i Boge (2001) els quals analitzen les característiques demogràfiques dels usuaris primerencs de telèfon mòbil comparats amb els no usuaris. Per altra banda, els estudis realitzats amb usuaris permanents de telèfon mòbil des de la *teoria de la disponibilitat* se centren en descriure i explicar el procés de disponibilitat (o adopció) a nivell individual (*micro*). Alguns estudis descriptius posen el seu focus d'atenció en la decisió d'adquirir un sol servei de telefonia mòbil (vegeu Green *et al.*, 2001), mentre que altres estudis també investiguen les actituds cap a la utilització de telèfons mòbils quan el seu ús és habitual (vegeu Palen *et al.*, 2001).

Els estudis sobre usuaris permanents de telefonia mòbil des de la *teoria de la domesticació* se centren en explorar l'ús del servei i les *conseqüències* del seu ús. No obstant això, aquests estudis no es limiten a explorar a nivell *macro* (agregats) o *micro* (individual), sinó que s'han trobat estudis descrivint tant els models d'ús com de disponibilitat de grups en la societat (vegeu Townsend, 2000) com dels usuaris individuals (vegeu Ling, 2000). Concretament, l'estudi de Townsend (2000) analitza les conseqüències del telèfon mòbil en la planificació de les ciutats, mentre que Fortunati (1998c, 2001) analitza les conseqüències per a la família com una institució i pels individus com a forma d'expressar la seva individualitat.

Globalment, podem dir que la tipologia presentada en la Figura 1 pot ser emprada per classificar i caracteritzar la majoria dels estudis que Peterson i Ling (2002) han identificat referents als usuaris

permanents de telèfon mòbil. No obstant, com ja hem comentat la majoria dels estudis estan realitzats des d'una perspectiva sociològica i el que ens interessa en aquesta tesi són els aspectes psicosocials de la telefonia mòbil en la població adolescent. Malgrat això, hem cregut important fer una síntesi de les diferents teories que existeixen en ciències socials (sociologia i psicologia) per poder entendre la complexitat del fenomen objecte d'aquest estudi.

1.1.5.5. La teoria de l'*apparatgeist*

Katz i Aakhus (2002) identifiquen diverses tendències transculturals referents a la disponibilitat, l'ús i la conceptualització del telèfon mòbil. Aquestes tendències emergeixen en diferents contextos socials, incloent la participació en xarxes socials, els canvis en els hàbits comunicatius tradicionals per acomodar la comunicació mòbil, la comunicació mòbil competent i el comportament resultant de la comunicació mòbil. En l'intent d'explicar aquests patrons i d'altres associats amb diverses Tecnologies de la Comunicació Personal (TCPs), aquests autors adopten el concepte de *apparatgeist*, el qual es refereix a "l'esperit de la màquina que influeix tant en el disseny de la tecnologia com en l'inicial i subseqüent significat acordat pels usuaris, els no usuaris i els antiusuaris" (p. 305).

Aquesta orientació teòrica se centra tant en els significats que la gent construeix en relació a les tecnologies com en les seves conseqüències socials. Katz i Aakhus (2002), manifesten que, per exemple, els valors i les normes són factors socials que ajuden a guiar les formes en que la gent utilitza el mòbil. Endemés, mantenen que aquests i d'altres factors són importants ingredients de "l'esperit" que acabava esdevenint en consistents percepcions i usos de les TCPs en diferents cultures. Segons Peters (1999), aquesta teoria es nodreix del contacte perpetu, és a dir, del desig humà innat de contacte social per tal d'estar connectats els uns amb els altres.

En aquest sentit, Katz i Aakhus (2002) argumenten: "Sembla ser que emergeixen determinades perspectives conceptuals en la ment de la gent com a resultat de la seva interacció amb les tecnologies, i això és un fet consistent a través de diferents cultures" (pp. 314-316).

1.2. L'impacte dels mitjans audiovisuals sobre els infants: dues grans perspectives contraposades

És possible identificar dos punts de vista contraposats de les relacions entre els infants i els mitjans, i contrastar que ambdós han estat influenciant els debats populars i acadèmics:

(a) Per una banda, hi ha la idea que la infància que nosaltres coneixem està morint o desapareixent, i que els mitjans són la principal causa d'això.

(b) Per l'altra banda, hi ha la idea que els mitjans són actualment una força d'alliberació pels infants – ja que aquests estan creant una nova “generació electrònica” que és més oberta, més democràtica, més social que la generació dels seus progenitors.

Malgrat que aquests dos punts de vista són diamètricament oposats hi ha algunes semblances entre ells. Ambdós invoquen punts de vista i qüestions sobre la naturalesa de la infància.

1.2.1. La desaparició de la infància

1.2.1.1. La mort de la infància (Postman, 1983)

La noció que els mitjans estan destruint la infància és comunament associada amb el llibre del crític nord-americà Neil Postman *The disappearance of Childhood* (Postman, 1983), també és un tema que apareix en altres treballs (vegeu Elkind, 1981; Sanders, 1995; Winn, 1984). Essencialment, Postman veu els mitjans electrònics com els responsables del decreixement de la civilització moderna. Segons l'autor, la televisió disminueix la nostra capacitat de pensar críticament i redueix la política, la cultura i la moralitat a pur entreteniment (vegeu *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, 1985). A la seva obra *The disappearance of Childhood*, Postman argumenta que la nostra concepció moderna de la infància va ser una creació dels mitjans impresos; i que els nous mitjans, particularment la televisió, l'estan destruint. Mentre que adquirir la literatura comporta un llarg període d'aprenentatge, no necessitem aprendre a llegir i interpretar la televisió. Postman argumenta que la televisió és un “important descobriment”: a través de la televisió, els infants estan aprenent molts dels “secrets” de la vida dels adults – sexe, drogues, violència. Com a resultat d'això, els infants han esdevingut ràpidament com els adults i, per tant, demanen tenir accés als privilegis dels adults.

A més, Postman senyala que s'està produint la *mort* dels jocs tradicionals i dels estils distintius en la forma de vestir; l'increment de la homogeneïtzació entre adolescents i adults en l'ús del temps lliure, el llenguatge, els hàbits alimentaris i els gustos en l'entreteniment; i l'increment en la infància del crim, la drogoaddicció, les conductes sexuals i els embarassos prematurs en l'adolescència. Està particularment en contra de l'ús eròtic dels infants en els anuncis i pel·lícules, la prevalença de temes adults en els llibres dels infants i el mal consell que s'observa en referència als "drets dels infants". La concepció de Postman sobre la infància és també una concepció sobre la naturalesa canviant de la *vida adulta*: la televisió no només força als infants a ser "prematuament" adults sinó que també infantilitza als propis adults (Postman, 1983).

Per tant, segons Postman els investigadors de la infància ens hauríem de plantejar una sèrie de postulats. Els primer d'ells fa referència a la *infància*. Aquest autor no creu que la nostra definició contemporània sobre la infància es refereixi a un fenomen etern; però veu clarament "la invenció de la infància" com un important i positiu desenvolupament, inclòs com una part del progrés de la civilització. Aquesta és una visió que molts historiadors de la infància voldrien millorar. En segon lloc, també hi ha altres postulats que fan referència als *mitjans*, tant pel que fa als usos dels mitjans com pel que fa a les habilitats o competències que són necessàries per donar sentit als mateixos. En tercer lloc, hi ha postulats referents a les *relacions* entre aquests elements. Darrerament, la posició de Postman se centra en el determinisme tecnològic: la tecnologia és vista com quelcom que provoca canvis socials (i a més psicològics), independentment de l'ús que se'n faci. Finalment, hi ha implicacions en termes de *política social*. Postman vol eradicar la tecnologia o trobar la manera de viure sense ella (vegeu Postman, 1992); i mentre aquest es vol distanciar de l'anomenada "majoria moral", vol retornar a l'edat d'or imaginària dels valors tradicionals – i en relació amb això vol reforçar el control i l'autoritat dels adults.

Però no només Postman va ser defensor d'aquests postulats, sinó que altres autors com Elkind (1981) i Winn (1983) van ser els primers en plantejar aquestes preocupacions durant la dècada dels 80. Elkind ho va fer a través de la seva obra *The hurried child* i Winn amb *Children without childhood*. Tot i que les tesis que defensaven en les seves obres eren molt similars (*créixer massa de pressa i massa aviat* en Elkind i *créixer massa de pressa en el món del sexe i de les drogues* en Winn), l'anàlisi que realitzen de les causes d'aquests fenòmens es força diferent. Passem a continuació a veure-ho amb més detall.

1.2.1.2. La infància accelerada (Elkind, 1981)

Com a psicòleg infantil, el punt de partida d'aquest autor és l'estrès que, segons ell, caracteritza la vida dels nens d'avui dia. Senyala el creixent grau de pertorbació psicològica que comporta el divorci, l'aparició de l'embaràs i de les malalties de transmissió sexual entre els adolescents i el nombre creixent de joves que intenten evadir-se amb el consum de drogues, la delinqüència, el suïcidi i les sectes religioses. Avui dia, diu aquest autor, els progenitors, les escoles i els mitjans de comunicació "apremien" als nens durant la infància. Enfront a tot això, Elkind proposa que els nens han de créixer a poc a poc, al pas adequat a aquest procés, seguint el model de desenvolupament de Piaget. És a dir, aquest creu que els nens només aprendran de veritat quan estiguin preparats per fer-ho. Forçar-los a saltar-se fases evolutives els farà més difícil adquirir consciència de la seva identitat personal, amb la qual cosa es quedaran sense preparació per a les dificultats de l'adolescència.

1.2.1.3. Els infants sense infància (Winn, 1983)

En el seu llibre Winn (1983) repeteix moltes de les preocupacions d'Elkind. L'autora assenyala també una creixent epidèmia dels problemes socials que afecten als nens i, tot i que té cura de no exagerar-los, sosté que s'ha produït una "pèrdua de control" general per part dels progenitors i una generalitzada "disminució de la supervisió del nen/a". De la mateixa manera que Elkind (1981), Winn sosté la poca diferenciació que hi ha entre les fronteres dels adults i dels infants i davant del fet que "els nens miren, parlen i es comporten de manera que no sembla molt infantil". Un altre punt compartit entre aquests dos autors fa referència als mitjans de comunicació. Ambdós acusen als mitjans "d'adoctrinar els nens els secrets de la vida adulta" i el que més els preocupa és la televisió. Ho podem veure en la següent cita de Winn: "els progenitors tenen poques possibilitats de controlar el contacte dels seus fills amb tota la diversitat de la sexualitat adulta, totes les possibilitats variants i combinacions de brutalitat i violència humanes, tots els aspectes de les malalties, el mal i el patiment, tota possibilitat terrible de desastres naturals i provocats per l'home que poden afectar a una infància innocent i despreocupada. Sempre està la televisió per trastocar tots els acurats plans dels progenitors" (Winn, 1983, pàg. 42).

La preocupació de Winn per la televisió no només té a veure amb els seus continguts. Afirmar que, amb independència del que veuen, la televisió priva als nens del joc i d'altres formes d'interacció saludables. Són massa els progenitors que la utilitzen senzillament com un "cangur".

Malgrat els punts que comparteixen ambdós autors, les conclusions de cadascun d'ells i, per consegüent, les seves receptes pel canvi són força diferents. Per una banda, la postura de Winn és essencialment la del conservador moral. És a dir, es mostra consternada pel trencament de la família nuclear tradicional, la creixent independència econòmica de les dones, la "pèrdua dels criteris sexuals" i el paper reduït de la religió. Per altra banda, Elkind centra la problemàtica en l'absència de permissivitat. Comparteix amb Winn les preocupacions morals més àmplies, però es lamenta de l'allunyament dels costums més antics d'educació dels fills, basats en la idea de "l'autoexpressió". Afegeix que els adults exposen als nens a una pressió i disciplina excessiva.

Les tesis d'aquest dos autors poden semblar actualment, al segle XXI, poc contextualitzades i força conservadores, degut a l'evolució que hi ha hagut en les societats desenvolupades econòmicament i tecnològicament, però hi ha algunes idees que cal tenir en compte per les seves implicacions. Per exemple, Winn afirma que els nens són més deferents amb l'autoritat. Literalment diu que "*se'ls ha despertat massa aviat els seus poders crítics*" (pàg. 73). Són conscients que no sempre s'han de fiar dels adults pel sol fet que siguin més grans. Sembla que els nens exigeixen, fins i tot el dret a escollir la roba que es volen posar. Si bé és cert que el paper d'autoritat dels adults, en general, ha quedat restringit també ho és que la nostra societat aposta per uns valors democràtics, centrant les relacions interpersonals –siguin del tipus que siguin- en el diàleg. Per tant, avui dia els nens i joves tenen en general més marge de decisió tant en aspectes familiars com en els personals. Alguns estudis (Amorós *et al.*, 2002) han mostrat la capacitat de decisió que tenen els adolescents en la compra d'aparells electrònics en les seves llars.

Les idees i teories aquí van estar entre els primers antecedents en l'estudi de la relació entre els infants i els mitjans audiovisuals. No obstant això, aquestes idees van ser plasmades fa trenta anys, quan començava l'aparició dels primers mitjans audiovisuals que actualment es consideren com els vells (televisió, ràdio). En els nostres dies, són moltes i diverses les tecnologies que estan a l'abast de gairebé la totalitat de ciutadans de les societats tecnològicament avançades i, fins i tot són accessibles per una minoria en la majoria dels països en vies de desenvolupament. Evidentment, això pot comportar nous riscos per a la infància i en la posterior adolescència però també són molts els aspectes positius i les noves oportunitats que aquestes proporcionen. Al llarg d'aquesta tesi es valoraran alguns d'aquests aspectes –tant positius com negatius- entorn a una d'aquestes noves tecnologies, a través de les opinions, avaluacions i experiències recollides dels propis adolescents i dels seus progenitors.

1.2.2. Els infants en l'era dels mitjans electrònics

Un dels exponents més importants d'aquesta perspectiva és Tapscott (1998), tot i que aquest punt de vista també el podem trobar en molts altres autors (vegeu Katz, 1997; Papert, 1993, 1996; Rushkoff, 1996). D'alguna manera, aquests autors recolzen les idees de Postman, si bé que les interpreten de manera diferent. Estan d'acord en que les barreres tradicionals entre la vida adulta i la infància estan desapareixent, així com que les tecnologies són les primeres responsables d'aquest fenomen. Però en comptes de lamentar aquest desenvolupament aquests ho veuen una *forma d'alliberació o "d'empowerment"* (tenir més potència o poder) per a la gent jove. A més, Tapscott (1998) argumenta que Internet ha donat als joves un ventall de nous estris per pensar, parlar i jugar. Aquests instruments poden jugar un important paper en la vida dels joves.

Les discrepàncies entre les dues postures es relacionen, en part, amb les diferències entre les tecnologies que emfasitzen. Si Postman i els seus seguidors estaven buscant censurar la televisió, Tapscott i els altres autors que defensen aquesta segona postura veuen els ordinadors com l'esperança del futur. Tapscott, en realitat va defensar una oposició directa entre la televisió i Internet. Ja que la televisió és concebuda com la antítesi d'Internet, la "generació de la televisió" serà l'antítesi de la "generació de la xarxa o Internet". Tapscott (1998) defineix aquesta antítesi entre un medi vell – la televisió- i un de relativament nou – Internet- de la següent manera: els membres de la "generació Internet" estan "afamats per l'expressió, el descobriment i pel seu propi desenvolupament", mentre que els valors "de la generació televisió" són força "conservadors, jeràrquics, inflexibles i centralitzats".

Cal senyalar que no tots els autors que anteriors hem anomenat estan d'acord amb aquesta postura d'oposició entre tecnologies, tot i que, tot ells veuen els mitjans contemporanis com a agents d'alliberació pels infants. Per exemple, Katz (1997) veu la música rap i la televisió per cable – juntament amb Internet- com "*unes de les millors explosions creatives de la cultura moderna*" (pàg. 10), i argumenta que aquests representen una creixent oportunitat per a centralitzar el control adult.

De la mateixa manera que la tesi de "la desaparició de la infància", aquests arguments reflecteixen un tipus de *determinisme mediàtic*. Postman i d'altres veuen la infància com a quelcom vulnerable i amb necessitat de protecció de la influència corruptiva dels mitjans tecnològics; mentre Tapscott i d'altres veuen la infància com a quelcom natural, i amb una innata necessitat d'aprenentatge que els mitjans tecnològics poden satisfer. Mentre Postman vol retornar a la situació en la qual els infants

coneixen el seu lloc, Tapscott i els altres argumenten que els adults haurien de provar de “controlar” als seus infants. Mentre Postman diposita la seva fe en l'autoritat dels adults, Tapscott veu la tecnologia com la solució dels problemes socials. En alguns aspectes, aquestes dues argumentacions es poden arribar a veure com les dues cares d'una mateixa moneda. Ambdues tenen un missatge comú: expliquen històries que parlen de les esperances i les pors que podem sentir respecte el futur dels nostres infants.

Per tant, Tapscott i els seus seguidors tenen una concepció més positiva de la relació entre els infants i els joves amb els mitjans audiovisuals. Els nens, lluny de ser considerats unes víctimes passives dels mitjans, se'ls veu com a posseïdors d'una sòlida forma “d'alfabetisme mediàtic”. En general, es pensa que les noves tecnologies els ofereixen noves oportunitats per a la creativitat i la realització personal. Mentre autors com Ohmae (1995) expressen la seva preocupació pel creixent desfament generacional en l'ús dels mitjans, altres com Buckingham (2002) veuen aquests nous mitjans com una forma de “potenciar” i fins i tot “alliberar” als nens. Els defensors d'aquesta darrera tesi, contrària a que els adults per a que reafirmen la seva autoritat sobre els joves, els fan una crida per a que “escoltin” als seus fills i “es posin al seu nivell”.

En alguns aspectes, aquests plantejaments més “optimistes”, es poden considerar una conseqüència del canvi tecnològic. Aquestes tesis se centren bàsicament en les relacions dels nens i dels adolescents amb les tecnologies *digitals*: amb les noves formes de cultura i comunicació “interactives” que aquestes ofereixen. En alguns casos, es basen en una oposició directa entre aquests nous mitjans i “l'antic” mitjà de la televisió, que es considerava la principal font de *la desaparició de la infància*. Aquests autors consideren que els nous mitjans tenen potencials valors democràtics, més que autoritaris; diversos, més que homogenis; participatius, més que passius. En aquest sentit, s'estima que generen noves formes de consciència entre els joves, que els porten més enllà de la limitada imaginació dels seus progenitors i professors.

1.2.2.1. Creixent a l'era digital (Tapscott, 1998)

La tesi de Tapscott (1998), plantejada a *Growing up digital*, es basa en dos conjunts d'oposicions binàries, entre les tecnologies (la televisió enfront a Internet) i entre les generacions (la generació del “baby boom” i “la generació de la xarxa”). Així, es considera que la televisió és passiva, i la xarxa activa; la televisió “torna passius” als seus usuaris, mentre que la xarxa els desperta la seva intel·ligència; la televisió propaga una visió única del món, mentre que la xarxa és democràtica i

interactiva; la televisió aïlla, i la xarxa construeix comunitats. De la mateixa manera que la televisió és l'antítesi de la xarxa, la "generació de la televisió" és l'antítesi de la "generació de la xarxa". Els valors de la "generació de la televisió" són molt conservadors, "jeràrquics, inflexibles i centralitzats". Els membres de la "generació xarxa", pel contrari, són "analítics, creatius, accepten la diversitat, tenen consciència social y actituds globalistes".

S'entén que aquestes diferències generacionals són el *producte* de la tecnologia, i no el resultat d'altres forces socials, històriques o culturals. A diferència dels seus progenitors, als quals se'ls té per "tecnòfogs", es considera que els nens posseeixen una relació intuïtiva i espontània amb la tecnologia digital. Segons la visió de Tapscott "per a molts infants i adolescents utilitzar la tecnologia és tan natural com respirar" (pàg. 17). S'han convertit en "actius" però només perquè la tecnologia els ho ha permès: "els nens d'avui en dia tenen unes eines noves i poderoses per indagar, analitzar, expressar-se, influir i jugar. Posseeixen una mobilitat sense precedents. A diferència de la televisió, que es va idear per a ells/es, ara són els actors del món digital" (pàg. 3).

Aquestes paraules defineixen a Tapscott com un determinista tecnològic. En totes les àrees que analitza –la psicologia individual, l'escola, el lloc de treball, la vida familiar- s'entén que la tecnologia produeix canvis inevitables (i inevitablement positius), a mesura que els nous valors de la "generació de la xarxa" desplacen als dels "fills tecnòfogs i de pensament antiquat de la generació del *baby boom*". Per aquest autor, la tecnologia digital garanteix uns canvis estructurals: la democratització, la llibertat d'elecció i expressió, la transparència, la innovació i la col·laboració.

1.2.2.2. La màquina dels infants i la família connectada (Papert, 1993/1996)

En les dues obres de Papert -*The children's machine* (1993) i *The connected family* (1996)- l'autor combina la fe en la saviesa natural dels nens amb una fe idèntica en el potencial alliberador de la tecnologia digital com a mitjà d'aprenentatge. Veiem una cita concreta del segon llibre: "per tot el món existeix un romanç entre els nens i els ordinadors. He treballat amb nens i ordinadors a l'Àfrica, Àsia i Amèrica; en ciutats, en suburbis, en el camp i a la selva. He treballat amb nens pobres i rics; amb fills de pares amants de la lectura i amb altres de pares analfabets. Però sembla que aquestes diferències no importen. A tot arreu, amb molt poques excepcions, observo la mateixa brillantor als seus ulls, el mateix desig d'apropiar-se d'aquest objecte. I més que voler-lo, semblen conèixer que en un sentit profund ja els pertany. Saben que el poden dominar més fàcilment que els seus pares. Que ells són la generació de l'ordinador" (Papert, 1996, pàg. 1).

Aquesta cita implica una negació per part de l'autor de les diferències culturals i les desigualtats socials, símptoma d'un enfocament essencialista. Sembla ser que existeix una espècie d'essència natural en la infància –uns coneixements innats, una facilitat espontània, una gran capacitat per aprendre- que d'alguna manera s'allibera automàticament amb aquesta tecnologia. Es diria que els nens *saben* per pura intuïció com utilitzar els ordinadors. Com indica la darrera frase de la cita, Papert ho contempla tot des del punt de vista de les diferències *generacionals*: de la mateixa manera que Tapscott, representa als progenitors i als professors/es com persones amb pors i incompetents en les seves relacions amb els ordinadors.

En general, els nens de la “generació de l'ordinador” de Papert són menors que els nens de la “generació de la xarxa” de Tapscott, però l'anàlisi que realitza dels beneficis que la tecnologia els aportarà als seus aprenentatges és similar. Papert defensa una forma de psicologia cognitiva, influïda per Piaget; i en conseqüència insisteix en un aprenentatge individualitzat, “autodirigit”, que avança al pas natural del nen/a. Els problemes només apareixen, diu, quan els progenitors, els professors/es i els dissenyadors del *software* pretenen imposar les hipòtesis i els antiquats mètodes d'aprenentatge que procedeixen dels seus anys escolars. Així, Papert és molt crític amb els paquets de *software* “instructius”, en particular amb aquells que intenten “decebre” als nens fent-los creure que allò que fan no és més que un joc.

1.2.2.3. Realitat virtual (Katz, 1997)

Virtuous reality és una obra de Katz (1997) que es caracteritza per un optimisme semblant al de Tapscott i Papert, tot i que dedica majors esforços a la crítica. Mentre Tapscott pretén alliberar les pors dels progenitors per la corrupció moral que comporten els mitjans digitals –on la manifestació més evident és la pornografia *on line*- Katz llança un atac més directe al nou autoritarisme moral que domina els debats actuals sobre la joventut als EEUU i a Gran Bretanya.

La postura de Katz enfront a l'etern tema dels efectes dels mitjans de comunicació representa un important repte a les perspectives dominants, sobretot als EEUU. Qüestiona la idea que els continguts sexuals dels mitjans són necessàriament negatius pels nens; i manté que culpar a aquests de la delinqüència violenta no és més que una forma de distraure l'atenció del que són les causes més importants –i més inabordables- d'aquesta delinqüència. Ens recorda el fet que les noves tecnologies han reduït eficaçment la possibilitat d'un control centralitzat, i que gran part de la cultura infantil i juvenil és per definició propensa a la rebel·lió. Segons Katz la nostra tasca no ha de consistir

en evitar que els nens tinguin accés a aquest tipus de material, sinó capacitar-los per a que sàpiguen fer-ne front.

De la mateixa manera que Tapscott i Papert, Katz es mostra decididament optimista amb la joventut, i poc satisfet amb els seus progenitors, els de la generació del *baby boom*. Aquests, afirma, són cada vegada més conservadors: no saben comprendre la “revolució de la informació” ni el caràcter “rebel” de la cultura juvenil actual, i per consegüent els seus intents per controlar-la i censurar-la són cada vegada més desesperats. Els seus fills, pel contrari, són avui dia els més lliberals i els que tenen una major consciència social. Diu Katz que accepten menys l'autoritat establerta; valoren la interactivitat més que la passivitat i aprecien la diversitat. Són *ciutadans d'un nou ordre*.

Aquestes teories de Katz estan influenciades pel paradigma dels **drets dels infants**, un tema que avui en dia ha experimentat un important ressorgiment. A diferència de la retòrica proteccionista que sovint reapareix en aquesta classe de debats, l'interès de Katz és explícitament polític. Segons aquest autor, Internet permet als infants escapar del control dels adults: “aquesta nova maquinària no només fa més complexes als joves, canviant la seva idea sobre el què és la cultura i l'alfabetització, sinó que els transforma, posant-los en contacte mutu, proporcionant-los un nou sentit del jo polític... A mesura que les comunicacions travessen les fronteres més fortificades i reboten per tot el món, lliure de govern i de censors, els infants, per primera vegada, poden arribar més enllà dels límits sufocants de les convencions socials, més enllà de les rígides idees dels més grans sobre allò que més els convé” (pp. 173-174).

Malgrat el seu interès per proclamar una “revolució infantil”, el contracte de Katz entre progenitors i fills inclou un equilibri més realista de drets i responsabilitats. Segons aquest autor, els infants tenen “un dret moral d'accés” a la cultura dels mitjans; però també han de negociar les condicions que marquen els seus progenitors, per exemple quant a la intimitat o les expectatives d'aquests pel que fa al rendiment escolar i al seu comportament.

1.2.2.4. Jugant al futur (Rushkoff, 1996)

L'obra *Playing the future* de Rushkoff (1996) també es basa en una oposició binària entre la nova generació dels mitjans (la generació de l'edat de la pantalla, com ell l'anomena) i els seus progenitors (la generació del *baby boom*). Rushkoff diu que a mesura que els de la generació del *baby boom* s'han anat fent grans no han fet més que tornar als valors autoritaris amb els que volien acabar

durant els anys seixanta. L'esperança de l'evolució social avui dia està en els joves. Aquesta nova "generació de la pantalla" defensa la discontinuïtat, la turbulència i la complexitat. Per aquest autor, els joves posseeixen unes "habilitats d'adaptació naturals" que els permeten abordar els problemes de la postmodernitat; poden comprendre tots sols "el funcionament secret de la tecnologia". Els adults hauran d'abandonar la seva funció de models de rol i d'educadors, i acceptar el fet que han de "posar-se al dia" amb els seus fills.

Seguint les idees plantejades per Katz, Rushkoff no defensa clarament aquell determinisme tecnològic que adopten Tapscott i Papert. El seu "desfasament generacional" no és principalment una qüestió de tecnologia, si no de diferències entre els mitjans "antics" i els "nous". Com Katz, Rushkoff caracteritza a aquests nous mitjans –no només Internet, sinó també la televisió per cable, els jocs per ordinador, els jocs de rol i les subcultures de la moda- com inherentment més *interactius* i, per tant, més democràtics que la *monocultura* jeràrquica que els va precedir. Aquests mitjans permeten als joves convertir-se en productors culturals per dret propi i evadir així el control dels seus progenitors.

De tots els autors que hem exposat fins ara, Rushkoff és el que més simpatitza amb els nous mitjans i amb les noves formes de cultura mediàtica dels joves. És favorable a una àmplia diversitat de mitjans i celebra *la individualitat, la raresa, la incongruència, la franquesa i, fins i tot la mutació* (p. 8). Per tant, aquesta nova manera de ser dels joves no només s'observa pels mitjans que aquests prefereixen, sinó que també en la seva diferent actitud enfront aquests. Per exemple, afirma que la posició característica de qui pertany a la generació de la pantalla és anar d'un canal a un altre, més que l'obediència passiva a una programació lineal. De la mateixa manera que Tapscott, Rushkoff diu que els d'aquesta generació han desenvolupat noves habilitats cognitives que els permeten fer front a l'excés d'informació, processant-la de forma més ràpida.

Com indica el subtítol de la seva obra *Playing the future*, l'enfocament de Rushkoff està basat en la "teoria del caos". Considera que aquest procés d'adaptació és una qüestió de "l'evolució de les espècies", que es pot explicar com imatges extrems del món natural: els processos socials i històrics s'entenen com seqüències d'esdeveniments discontinus que aparentment es produeixen a l'atzar. Rushkoff insisteix en que hi ha "models majors" o "estructures subjacents" enmig d'aquesta turbulència en aparença aleatòria, tot i que mai explica adequadament quins són. La seva argumentació fa un *zapping* continu d'un tema a un altre mitjançant analogies dubtoses i salts en el procés lògic, en un estil que recorda a Marshall McLuhan.

1.3. Les relacions intergeneracionals en perspectiva psicosocial

En aquest tercer apartat abordarem diversos temes que tenen a veure amb les relacions interpersonals entre els adolescents i els adults (o entre progenitors i fills) fent una aportació en perspectiva psicosocial. En primer lloc, parlarem de les representacions socials que s'han anat construint a llarg de la història al voltant de les categories socials d'infància i adolescència. Explicarem com aquestes representacions han estat construïdes des d'un punt de vista *adultocèntric* situant a aquests grups socials en una posició "inferior" a la dels adults. L'estudi d'aquestes representacions socials ens ajudarà a comprendre millor com estan mediatitzant les relacions interpersonals entre generacions a l'entorn de les NTICs. També destacarem la importància que tenen les relacions intergrupals en les actuals representacions socials dels nostres infants i adolescents.

Segonament, farem un breu recorregut per alguns dels models tradicionals de socialització per acabar centrant-nos en els models interaccionals de caire més psicosocial. Per acabar, analitzarem alguns dels principals agents que intervenen en la socialització dels infants i els adolescents. A la segona meitat del segle XX es parlava del *trípode socialitzador* on la família, l'escola i la televisió eren considerats les principals fonts d'aprenentatge. Amb l'aparició de les NTICs, les potes d'aquest trípode s'han eixamplat amb el que alguns autors anomenen les "noves pantalles" (ordinador, Internet, videojocs, telèfon mòbil...) (vegeu altres autors a Casas, 1998).

1.3.1. Representacions socials de la infància i l'adolescència

Jodelet (1989) considera que la noció de representació social involucra allò psicològic o cognitiu i allò social, apuntant que el coneixement es constitueix a partir de les experiències pròpies de cada persona i de les informacions i models de pensament que rebem a través de la societat. En altres paraules, les representacions socials fan referència al coneixement espontani-ingenu que tant interessa en l'actualitat a les ciències socials, aquell que habitualment es denomina coneixement del sentit comú, o bé pensament natural, per oposició al pensament científic (Ibáñez, 1988).

Va ser Moscovici (1981) qui va reformular en termes psicosociales un concepte anterior, el de representació col·lectiva formulat per Durkheim (1898). A continuació, presentem una breu ressenya de les principals aportacions psicosociales que Moscovici fa en relació a la *Teoria de les Representacions Socials*.

Moscovici (1976; 1981; 1982) considera que les representacions col·lectives s'assemblen a la categoria d'opinions i imatges. Segons Moscovici, el concepte de representació social difereix del de representació col·lectiva en que el primer té un caràcter més dinàmic. Per a ell, les representacions socials no són només productes mentals, sinó que també són construccions simbòliques que es creen i recreen en el curs de les interaccions socials.

Moscovici (1981) defineix les representacions socials com un "conjunt de conceptes, declaracions i explicacions originades en la vida quotidiana, en el curs de les comunicacions interindividuals. Equivalen, en la nostra societat, als mites i sistemes de creences de les societats tradicionals; pot, fins i tot afirmar-se que són la versió contemporània del sentit comú" (p. 181). Aquestes formes de pensar i crear la realitat social estan constituïdes per elements de caràcter simbòlic ja que no són només formes d'adquirir i reproduir el coneixement, sinó que doten de sentit a la realitat social. El que es té en compte són les *interaccions*, els processos d'intercanvi a partir dels quals s'elaboren les representacions, conferint-les el seu caràcter social (Moscovici, 1982).

Seguint a Casas (2006) les representacions socials presenten *unes característiques*, que relacionem tot seguit de forma resumida:

(a) Les representacions socials són, alhora, constructores de les nostres pràctiques socials i construïdes per aquestes mateixes pràctiques. Al mateix temps que construïm les representacions socials, aquestes esdevenen un context de pensament que determina les percepcions i concepcions de la realitat que ens envolta, incidint, alhora, en les nostres pràctiques socials quotidianes. Giddens (1967; citat a Pujol, 2002) ho anomena dualitat estructural.

L'objecte social i la persona actuen conjuntament en la construcció i l'expressió d'una representació social. No són les característiques de l'objecte, sinó les relacions amb aquest objecte en tots els seus aspectes (mitjans de comunicació, experiència directa, experiències d'altres persones, ...) que actuen conjuntament en la seva construcció. Així la representació social es construeix a partir de la relació dinàmica entre: a) la persona i l'objecte social, b) la persona i les altres persones, i c) la relació de les altres persones amb l'objecte social. Com a conseqüència una representació social no existeix independentment dels individus que la comparteixen i, al mateix temps, és alguna cosa més que la suma de les representacions individuals de cada persona (Pujol, 2002).

(b) **Les representacions socials són sempre representacions d'un objecte col·lectivament compartit** (significats socials, culturals i històrics de la comunitat en què es formen). Així, doncs, una determinada representació social està lligada a una certa forma de veure les coses generada per un cert context social. En altres paraules les representacions socials són una forma de coneixement socialment elaborat i compartit.

(c) **Les representacions socials, una vegada formades, són relativament independents de l'objecte que representen i de les persones que l'han creat.** La forma com es construeix la representació social depèn del context en què es genera i del contingut de la representació.

(d) Podem veure les representacions socials com una manera de transformar els elements del nostre entorn en **convencions socials que permeten la comunicació entre nosaltres** (les representacions socials es construeixen a partir de la comunicació i al mateix temps la possibiliten). Gràcies a l'existència d'uns significats compartits, d'una construcció conjunta, ens podem entendre quan parlem. Malgrat tot, aquestes convencions existeixen abans de néixer, la qual cosa **preconfigura la nostra manera de veure el món.**

Les representacions socials segueixen un procés dinàmic i en moviment, però no tots els seus aspectes canvien amb la mateixa facilitat (Casas, 1998; 2006). En primer lloc, es troben els **components més externs i canvians**, que a partir de diferents informacions sobre l'objecte social, que circulen en un entorn concret, tot generant debats i discussions, van influïent en el canvi de les idees de les persones. En segon lloc es troben els **components més interns i resistents al canvi**: les actituds, les quals poden generar, a vegades, processos aparentment incongruents entre sí. I en tercer lloc, existeixen els **components centrals difícils de captar i molt resistents al canvi**, conformant el que s'anomena el nucli figuratiu, que és el que dóna consistència a tota la representació social, constituint la seva "lògica interna". En el cas de la infància una de les propostes del segle XX és la idea de que se'ls representa com el conjunt dels "encara no". És a dir, els infants "encara no poden ser com els adults".

Per acabar aquest apartat introductori, val la pena fer un repàs, seguint les propostes de Casas (2006), per les diferents concepcions que s'han tingut al llarg de la història sobre la infància com a representació social, a partir d'unes propostes de reflexió que es desprenen de l'anàlisi de diferents autors:

- Pensar en la infància com **una categoria social diferent** de la societat adulta és una idea que es consolida el segle XIX (Ariès, 1960).
- La infància és **un món imaginatiu construït pels adults** (Chombart de Lawe, 1989)
- La infància com a **grup social en interacció amb un altre grup social**. Aquesta percepció de la infància ens permet contemplar els estudis psicosocials de les relacions intergrupals i els conseqüents processos de diferenciació categorial. Més avall, dedicarem un apartat específic a parlar de les representacions socials i els processos grupals. Endemés, exposarem en l'apartat 1.5 la tesi que defensa Harris (1995) quant a la importància dels processos grupals en la socialització dels infants i adolescents.
- La infància com a conjunt de persones sotmeses a una **moratòria social** (Verhellen, 1992). És a dir, els infants es tenen en compte en un futur, pel que seran, però socialment “avui en dia” no compten.

Com apunta Casas (1998, 2006) els adults del nostre entorn sociocultural tenim el repte d'intentar comprendre per què hem estat interessats en mantenir als infants i als adolescents en la categoria homogènia i separada dels “menors”, en comptes d'aprofundir en els processos de socialització i en la construcció de nous consensos socials amb les noves generacions. Aquest punt és bàsic per aquesta tesi ja que ens pot ajudar a explicar per què als adults ens resulta complicat acceptar que els infants i els adolescents de la nostra societat actual tinguin un major domini de les NTICs que nosaltres.

1.3.1.1. Representacions socials de la infància i l'adolescència i les NTICs

Les representacions socials que una comunitat concreta té sobre la infància i l'adolescència constitueixen un conjunt d'implícits o *sabers quotidians* resistents al canvi i tenen un cos de *realitat psicosocial* ja que no només existeixen en les ments, sinó que generen processos (interrelacions, interaccions i interinfluències socials) que s'imposen a la infància i l'adolescència.

Aquesta caracterització procedeix de la posició estructural del col·lectiu infantil, determinada a través de la separació i dependència respecte del món adult, projectada en un doble joc. Per una banda, a través de la *protecció* s'activen tota una sèrie de mecanismes en la pretensió de salvaguardar el “benestar” dels nens fins el moment en que assoleixi l'edat adulta i aconsegueixi autonomia. Per altra banda, a través del *control* es procura que el nen/a assoleixi la integració social adequada, amb el concurs essencial de les institucions socialitzadores.

A partir de la construcció d'un nucli figuratiu com a els "encara no" (Casas, 1998; 2006) emergeixen tot un conjunt de concepcions del món infantil, dualitzades com a positives i negatives (Prout, 2003).

La infància com a representació social positiva. Aquestes representacions han insistit en la caracterització del nen/a través de claus com la innocència, la naturalitat, la vulnerabilitat, la fragilitat o l'idealisme. L'infant és aquí un subjecte que per la seva singularitat requereix d'una adequada "protecció".

La infància com a representació social negativa. Segons aquesta concepció, el nen/a és antisocial en essència i ha de ser reconduït a través d'una adequada socialització, per tal de "controlar" el seu comportament garantint el manteniment i perpetuació d'un ordre social (Iglesias de Usell, 1985)

Des d'ambdues consideracions, el nen/a es configura com un "objecte" passiu on la seva qualitat fonamental és la seva existència socialitzant i no com un "subjecte" identificable per la seva capacitat d'actuar socialment més enllà dels rols que a priori se li confereixen (Qvortrup, 1992, 1994; Qvortrup *et al.*, 1994). Per aquest motiu, **les representacions socials entorn a la infància tenen un caràcter ambivalent.** Etimològicament l'origen del concepte *infància* és merament descriptiu: del llatí *in-fale*, no parlen, els nadons. D'aquesta idea es va passar a la de que "malgrat que parlin, encara no raonen bé". Aquestes nocions "descriptives" van passar a ser representacions negatives: "encara que parlin, no tenen res interessant a dir, no val la pena escoltar-los". La societat contemporània va necessitar subdividir la infància construint una nova categoria social *l'adolescència*. Aquest terme prové d'*adolescere* que vol dir els que els manca alguna cosa (per a ser com els adults). Com assenyala Buckingham (2000), els canvis que ha experimentat la infància en les societats contemporànies té un caràcter ambigu ja que aquest s'ha projectat en diferents direccions alhora. Així, en un sentit, estan resultant beneficiats d'un major nivell de protagonisme i autonomia, mentre que en un altre, es troben més institucionalitzats i sotmesos al control dels adults i del mercat com a institució que va impregnant a altres àmbits i institucions socials amb les seves regles.

Situats ja a finals del segle XX i, amb els canvis tecnològics accelerats que vam començar a viure en aquest període, autors com els que hem citat en l'apartat 1.2. d'aquesta tesi (vegeu Postman, 1982 i els seus seguidors) van començar el debat que la infància deixava d'existir tal i com la coneixíem, per passar a ser una altra cosa, només per l'aparició de la televisió a les llars. Amb la invasió en les nostres vides quotidianes de les NTICs, els investigadors socials d'aquest camp ens hem de plantejar

una sèrie d'interrogants al voltant de les **noves representacions socials dels infants i els adolescents** en aquest nou entorn. Algunes d'elles tenen a veure amb: s'eliminaran les distincions entre infància/adolescència i maduresa degut al progressiu accés d'aquests primers a les tecnologies? o bé creixeran les diferències generacionals?

1.3.1.2 Representacions socials de la infància i l'adolescència i les relacions intergrupals

La psicologia social i, especialment l'europea, compta amb una llarga tradició en l'estudi de les relacions entre grups. Molts dels estudis inicials van ser amb grups petits, però els seus descobriments resulten clarament aplicables als grans grups o categories socials, com les que es tracten en aquesta tesi: les relacions entre els adolescents i els adults. Dedicarem l'apartat 1.5.3. a les teories i aportacions sobre les relacions intergrupals d'autors com Tajfel.

En aquest apartat volem reflexionar sobre el fet que les *interaccions entre els grups modifiquen les representacions socials*. En aquest sentit, Moscovici (1981; 1982) posa de relleu com allò social transforma un coneixement en representació i com aquesta representació transforma allò social. D'aquesta manera, emfasitza la interdependència entre l'activitat psicològica i les seves condicions socials d'exercici.

Segons Moscovici (1981; 1982), dos són els processos a través dels quals es generen les representacions socials. El primer és definit com **ancoratge** i suposa un procés de categorització a través del qual classifiquem i donem un nom a les coses i a les persones. Aquest procés permet transformar allò desconegut en un sistema de categories que ens és propi. El segon procés és definit com **objectivació** i consisteix en transformar entitats abstractes en quelcom concret i material, els productes del pensament en realitats físiques, els conceptes en imatges.

Seguint a Casas (2006), creiem important defensar la idea que els investigadors en aquest àmbit (i també en d'altres) hauríem de reanalitzar les relacions entre infants/adolescents i adults dins de la perspectiva dels **processos de diferenciació categorial**. Quan una persona participa en un grup en el que desenvolupa un sentit de pertinença ràpidament apareixen els processos de diferenciació categorial amb l'altre grup (Doise, Deschamps i Mugny, 1980). Aquestes dinàmiques consisteixen en:

- Tendència a emfasitzar les similituds intragrups.
- Tendència a emfasitzar les diferències intergrupals.

- Tendència a sobrevalorar l'endogrup.
- Tendència a infravalorar l'exogrup.
- Resistència a reconèixer les similituds intergrupals i les diferències intragrups.
- Resistència a la supracategorització.

Si pensem en termes de relacions grupals entre els adults i els infants/adolescents, podem emfasitzar que les diferències entre aquests grups no són tan grans, ja que podem trobar més coses en les que ens assemblen més que no pas ens diferenciem. Els membres d'aquests grups formen part d'una mateixa supracategoria: els éssers humans. En aquest sentit, ens relacionem amb "l'altre" grup donant per fet que nosaltres som els *ja sí* adults, responsables, competents, coneixedors de la vida, ... Mentre que els infants/adolescents són els *encara no* competents, ni responsables, ni coneixedors de la vida... Per tant, pensem en nens *en termes de les diferències amb els adults* i ens consta pensar en termes de similituds.

En els darrers anys, amb la invasió dels **mitjans audiovisuals** en les nostres vides i, sobretot en la dels infants i dels adolescents, s'està posant en dubte la congruència del nucli figuratiu que ens representa socialment els infants i els adolescents com "encara no" tan competents com els adults. Per contra del que es venia pensant tradicionalment, molts estudis com els que presentarem en el capítol 2 d'aquesta tesi, posen de manifest com són els preadolescents i els adolescents els que més domini mostren sobre alguns mitjans audiovisuals com l'ordinador, Internet, el telèfon mòbil o els videojocs.

Els estudis realitzats per Casas i els seus col·laboradors des de l'any 1998, posen de manifest que existeix una tendència generalitzada dels adults a no acceptar que de vegades són menys competents que els infants o els adolescents en aquesta temàtica (vegeu Casas, 2001). En aquest sentit, abans d'acceptar aquest fet, molts prefereixen (a) evitar la comunicació sobre el tema o (b) desvaloritzar les competències infantils. Molts adults consideren que ells tenen molt a ensenyar-los i *poc a aprendre*. No és possible que els *encara no competents* puguin ensenyar coses als *ja sí competents*.

Aquestes representacions socials que alguns adults comparteixen sobre la infància i l'adolescència, forçosament afecten a la manera com els *socialitzen*. Tot seguit, farem un breu recorregut des dels models més tradicionals de socialització (els unidireccionals i els bidireccionals) per centrar-nos en els models de socialització més psicosocials: els interaccionals.

1.3.2. Els models socialitzadors en perspectiva psicosocial

Són diversos els articles que resumeixen els models occidentals de socialització. Per exemple, trobem els de Peterson i els seus col·laboradors (Peterson i Rollins, 1987; Peterson i Haan, 1999), que assenyalen que un dels components primordials de la socialització és la transformació d'un organisme biològic en humà. Un altre component es refereix al procés que confronta als adults amb un nou i ampli ventall d'experiències i responsabilitats. Per altra banda, Bugental i Goodnow (1997) defineixen la socialització com la continua col·laboració entre "els més vells" i "els principiants" en l'adquisició i afiliació d'habilitats importants per afrontar les demandes del grup (de la societat). Parke i Buriel (1998) descriuen la socialització com el procés pel qual els estàndards, les habilitats, els motius, les actituds, i les conductes d'un individu canvien per conformar-se a aquelles considerades com a desitjables i apropiades pel seu present i pel futur en una societat particular.

Cadascuna d'aquestes definicions deixa oberta la possibilitat que els adults, a més dels infants i dels adolescents, puguin ser socialitzats en nous rols i responsabilitats. A més, la concepció majoritària de la socialització a finals del segle XX suggereix que els progenitors, així com els infants i els adolescents, són socialitzats per altres agents tal i com apuntàvem a l'inici d'aquest capítol.

1.3.2.1. Els models tradicionals

Qui són aquests agents o forces que permeten la socialització? Als inicis del segle XX els models de socialització ignoraven el fet que els progenitors podien ser socialitzats també, i només miraven els efectes de progenitors a fills (P→F). Aquesta aproximació és coneguda amb el nom de *model dels efectes dels progenitors*, és a dir, un model d'efectes unidireccionals de progenitors a fills. Aquest model de socialització prové d'un paradigma mecanicista (Reese i Overton, 1970), en el qual l'individu és la unitat d'anàlisi. En concret, els models que se centren en aquesta concepció perceben els progenitors com a actors (o agents socialitzadors) i als fills com a éssers passius. Tal i com hem argumentat en els apartats anteriors, aquest aspecte té molt a veure amb les *representacions socials de la infància*, és a dir, la imatge col·lectiva majoritàriament compartida sobre els infants, que en aquest cas són representats com a éssers passius, que no incideixen en el seu propi procés de socialització.

La recerca realitzada des d'aquesta perspectiva acostuma a seguir la tradició del modelatge social, és a dir, els progenitors són vistos com els agents que modelen el comportament dels seus fills. Un

bon exemple de recerca que segueix aquesta tradició és la de Baumrind (1971), en la que descriu diferents tipologies de progenitors i la forma en que determinaran com seran els seus fills.

Bell (1968), en contrast amb el model dels efectes dels progenitors, va suggerir que els fills també influenciaven els progenitors. Va desenvolupar un model unidireccional d'efectes de fills, és a dir, de fills a progenitors (F→P). En aquest model de socialització, els papers s'inverteixen: el fill és l'actor i els progenitors són els reactors. A més dels altres agents socialitzadors, les diferències individuals d'edat, de sexe i de personalitat dels fills pot donar a lloc a diferents formes de comportar-se i de tractar als progenitors. Un exemple de recerca basada en aquesta tradició és la de Thomas i Chess (1977) centrada en un treball clàssic sobre el temperament dels infants. Per aquests autors, els infants es poden classificar con a "fàcils", "resistents" i "difícils" segons nou dimensions de temperament (per exemple, el nivell de l'activitat i la intensitat emocional). Els nens "fàcils" solen ser submisos a les peticions dels progenitors i els nens "difícils" no.

Segons els teòrics i investigadors occidentals, els models unidireccionals de socialització presenten algunes limitacions ja que són molt simplistes i no expliquen suficientment la variància dels resultats. Per això, la socialització de progenitors a fills va començar a ser explicada utilitzant models d'efectes bidireccionals. Els efectes es produeixen de manera recíproca, és a dir, dels progenitors als fills i d'aquests als progenitors. Els models bidireccionals de socialització parteixen d'un paradigma organísmic (Reese i Overton, 1970). Segons aquest paradigma, els progenitors i els fills interactuen en una mena de dansa de socialització sense que cap dels dos sigui ni l'actor ni el reactor. En comptes d'això, els progenitors i els fills actuen els uns sobre els altres i actuen entre ells en una interacció mútua i sincrònica. En aquest cas, no és l'individu la unitat d'anàlisi sinó que ho és la unitat progenitor-fill.

1.3.2.2. Els models relacionals i interaccionals

Les recerques sobre els processos de socialització paterno-filials centrades en la *perspectiva relacional*, posen de manifest com les relacions entre els progenitors i els fills són *recíproques* i més *dinàmiques* del que es pensava des dels models de socialització més tradicionals (Lollis i Kucynski, 1997; Maccoby i Martin, 1983).

Un element central d'aquesta perspectiva té a veure amb el fet que els infants i els adolescents se socialitzen participant en les relacions interpersonals més properes, més íntimes (Kuczynski, 2003; Reiss, Collins i Berscheid, 2000).

Seguint les idees aportades per Laursen i Bukowski (1997) i Maccoby (2000), és convenient distingir les relacions entre progenitors i fills d'altres tipus de relacions socials. Segons els autors, les persones que per primera vegada mantenen una **interacció social** no podem dir que mantinguin una relació interpersonal. Una relació comença a formar-se quan s'acumula una *història d'interaccions i anticipacions* de la futura relació. Mentre les persones es desenvolupen i creixen, la seva relació interpersonal està constantment canviant ja que cada nova interacció afegida a la relació influeix en les futures interaccions.

En les relacions paterno-filials, tant pares com fills contribueixen a la formació de la seva relació. Cada mare i pare aporta una història i uns records sobre les primeres experiències que va tenir amb els seus propis progenitors a la relació que mantindrà amb els seus fills. A més, cada progenitor té uns determinats trets de personalitat i caràcter (positiu o negatiu) que afectarà a la seva relació i interacció amb el seu fill (Lollis i Kuczynski, 1997). En el cas dels fills, com suggereixen Bretherton i Munholland (1999), des del principi de la seva relació amb el pare i la mare ja desenvolupen la seva pròpia representació mental de com serà la seva relació. Degut a que cada fill experimenta una història única d'interacció amb cada progenitor, la relació que desenvolupi amb cadascun d'ells pot ser diferent (Dunn i Plomin, 1990).

Des dels models relacionals, es manté que les relacions entre progenitors i fills es caracteritzen pels aspectes següents:

1. La complexitat. A mesura que els fills creixen i augmenta el nombre d'interaccions que mantenen amb els seus pares, en la seva relació emergeixen noves activitats i esdeveniments a compartir però també algunes discussions. Els bons i mals moments i les converses que mantenen el dia a dia serà el que anirà configurant la seva relació i l'ús d'aquesta informació serà el que els permetrà predir les seves reaccions en diferents situacions (Hinde, 1979; Lollis i Kuczynski, 1997). Com assenyalen Ganong i Coleman (1994), sense una "història compartida" es produiran dificultats en el desenvolupament de la seva relació.

2. La interdependència. Es considera que una relació és interdependent quan hi ha evidència de fortes *interconnexions* i *influència mútua* entre dues persones (Kelley *et al.*, 1983; Reiss, Collins i Berscheid, 2000). Les recerques mostren com en les relacions entre pares i fills es produeix major interinfluència que la que pot tenir entre adults que no tenen una relació propera (Kuczynski, Harach i Bernadini, 1999). La interdependència també significa que pares i fills comparteixen unes fites i, per tant, comparteixen emocions en les seves interaccions i la probabilitat que tinguin desacords és més elevada que amb altres persones amb les quals no tenen una relació tan íntima (Kuczynski, 2003).

3. La multidimensionalitat. Com hem apuntat abans, les relacions entre pares i fills són complexes. Els progenitors segueixen diferents normes a l'hora d'interactuar amb altres relacions i amb els seus fills (Bugental i Goodnow, 1997). Segons Lollis i Kuczynski (1997), les relacions entre pares i fills es regeixen per tres importants funcions: la vinculació, l'autoritat i la intimitat.

(1) Un *vinde segur* dels fills cap als pares s'associa amb un correcte desenvolupament social. Els vincles segurs es formen quan els progenitors responen a les demandes dels seus fills, tenen cura d'ells i tenen una comunicació fluïda (Bretherton, Golby i Cho, 1997). Els fills esperen dels seus pares que els donin ajuda, seguretat i benestar. Els vincles insegurs es desenvolupen quan els pares normalment ignoren o no atenen les necessitats dels seus fills (Solomon i George, 1999).

(2) Un *estil parental autoritari* es forma quan el coneixement i el poder dels progenitors és emprat de manera flexible tenint en compte el temperament i l'estadi de desenvolupament del fill i, segons els requeriments de les situacions quotidianes.

(3) Una *relació* esdevé *íntima* quan tant pares com fills contribueixen al fet de compartir sentiments d'unitat i plaer en la seva relació (Weingarten, 1991). El poder se sol emprar de manera més igualitària, sobretot, quan comparteixen jocs, converses i comparteixen el seu temps (Russell, Petit i Mize, 1998). Si es manté un patró de comunicació estable, els fills adolescents tenen més facilitat per conversar amb els seus pares i per compartir una relació més propera, malgrat els adolescents comencin a ser més independents del nucli familiar (Collins, Gleason i Sesma, 1997).

Considerant tot el que hem dit fins ara, convé destacar cinc aspectes claus que caracteritzen els processos de socialització entre pares i fills des d'una perspectiva centrada en els processos relacionals i interaccionals:

- **Les relacions paterno-filials són molt importants i úniques.** Aquest tipus de relacions tenen un passat, un present i futur que continua gràcies a les experiències i aprenentatges que van desenvolupant amb el temps.
- **Els fills volen i necessiten, sobretot, relacions segures i properes amb els seus pares.** Les relacions amb els seus pares influenciaran les futures relacions familiars que mantindran els fills i, determinaran la forma en que els adolescents es relacionaran amb altres persones (amics, professors, companys, etc.). Els fills se socialitzen a partir de les relacions íntimes i properes.
- **Quan els pares mantenen bones relacions amb els fills i responen a les seves necessitats,** els fills esdevenen més cooperatius i receptius a la influència dels seus pares (Maccoby i Martin, 1983).
- **Les relacions paterno-filials també són importants pels progenitors.** Segons Hoffman (1998) i Trommsdorff, Zheng i Tardiff (2002), els pares d'arreu del món informen que el que és més important és el fet de gaudir, l'oportunitat de créixer i el companyerisme que els ofereixen les relacions amb els seus fills.
- **Una bona relació perdura durant tota la vida.** La qualitat de relació que els pares ofereixen als fills depèn fonamentalment de la bona qualitat de les seves experiències passades i les interaccions que han mantingut amb els fills.

Un exemple clàssic de recerca basada en la tradició dels models relacionals i interaccionals ho és la de Ainsworth (1989). Aquesta autora basa els seus treballs en la sensibilitat maternal i el vincle afectiu dels fills. Primer va observar mares interactuant amb els seus bebès a Anglaterra, després a Uganda i, finalment, als Estats Units. Va ser mentre estava treballant a Uganda als anys 50 quan es va adonar que alguns infants mostraven tenir un vincle afectiu més segur amb la mare que d'altres. També va observar que mentre algunes mares eren sensibles i responien a les necessitats dels seus nadons, altres no ho eren. De tornada als Estats Units, Ainsworth va començar a estudiar sistemàticament la relació entre el comportament de les mares i l'estil de vincle dels seus fills. Ainsworth *et al.* (1978) van desenvolupar el test de la situació estranya, una sèrie de curts episodis en els quals els nadons eren abandonats i agafats alternativament per les seves mares. Segons això, hi ha diferents tipus de vincles afectius entre les mares i els nadons. Segons la cura que la mare tingui del nadó, aquest presentarà un vincle afectiu més segur o insegur.

Tot i que, la majoria d'infants d'arreu del món sembla ser que presenten un vincle afectiu segur amb els seus cuidadors (65%), la recerca intercultural indica que hi ha algunes diferències interessants (Van Ijzendoorn i Kroonenberg, 1988). Els nadons anglesos sembla ser que són els que presenten

vincles més segurs (75%), mentre que els xinesos són els que amb menys probabilitat tindran un vincle segur (50%). Respecte al vincle insegur-evitatiu trobaríem els nadons alemanys (35%) i els japonesos en menors percentatges (5%). El vincle insegur-resistent tendeix a ser més probable entre els nadons d'Israel (29%) i entre els de Suècia (4%). No obstant això, el test de la situació estranya no es pot considerar una mesura apropiada vàlida de les diferències entre cultures.

1.3.2.3. Els agents socialitzadors bàsics

Segons el que hem exposat fins ara en la fonamentació teòrica de l'estudi de la socialització, s'ha produït una progressió des dels models d'efectes unidireccionals (primer, dels progenitors als fills i després també dels fills als progenitors), als models d'efectes bidireccionals i, tot seguit, als models interaccionals. No obstant això, sembla raonable pensar que els models de socialització seguiran reflectint fonamentacions teòriques i contextuals cada cop més sofisticades.

Tradicionalment s'havia concebut a la família com el primer i bàsic agent socialitzador; ja fa dècades que es planteja la importància d'articular el binomi família-escola, per la seva transcendental influència en el procés de desenvolupament i socialització infantil. el darrer quart del segle XX, força autors han vingut defensant que aquesta anàlisi ens l'hem de plantejar des de la perspectiva del **trípode socialitzador bàsic** de les societats contemporànies: família-escola-televisió.

Considerem que més que parlar sols de la televisió, avui dia ja catalogada com a “vella tecnologia” seria més adequat referir-nos també a “les noves pantalles” (ordinador, videojocs, Internet, telèfon mòbil) ja que aquestes han adquirit molt de pressa un gran protagonisme i rellevància en bona part gràcies als infants i els adolescents.

Segons alguns estudis europeus (Suess *et al.*, 1998) els nois, aproximadament fins a l'adolescència, parlen molt dels nous equipaments i dels nous jocs electrònics, i tant nois com noies ho fan també dels programes de televisió. A partir de l'adolescència, tant nois com noies parlen molt dels continguts dels mitjans, malgrat que els temes d'interès són diferents segons el sexe. Depenent de l'entorn cultural, els models d'identificació que apareixen als mitjans són aglutinadors de diferents grups d'iguals.

La recerca de Suess *et al.* (1998) ens mostra què, malgrat tot el seu suposat atractiu, bona part dels adolescents segueixen preferint estar amb el seus grups d'iguals més que mirant la televisió o fent

d'altres activitats mediades pels nous aparells tecnològics. Cal destacar el fet que la influència del grup d'iguals sembla estar augmentant en comparació a les d'altres agents socialitzadors, precisament per raó de les noves tecnologies.

En aquest sentit, estan apareixent noves formes de coneixement, comunicació i relació entorn les noves tecnologies. Cal, doncs, que ens plantejem quins nous "models socialitzadors" estan apareixent si considerem el binomi pares-mitjans.

Llull (1980) va suggerir sis funcions diferents que la televisió pot exercir en les relacions pares-fills, que, presumiblement poden ser extrapolades als altres mitjans:

- poden actuar com a recurs ambiental (per ex.: com a "cangur").
- poden ser utilitzats com a reguladors d'activitats quotidianes.
- poden utilitzar-se per demostrar competència o domini.
- poden utilitzar-se per buscar o per evitar contacte amb altres persones.
- els seus continguts poden ser utilitzats com a medis per fer aprenentatges socials.
- poden facilitar la comunicació oferint temes de conversa.

Seguint les idees aportades per Harris (1995), a aquest **trípode socialitzador** li podríem afegir un quart agent socialitzador: el grup dels iguals. En aquest mateix sentit, diferents autors europeus estan assenyalant la possibilitat que hàgim infravalorat les relacions entre iguals. Sembla que la televisió i les noves tecnologies juguen un paper important, i fins i tot creixent, influint sobre els nens i adolescents europeus d'entre 6 i 16 anys mitjançant les relacions que mantenen amb els companys de la seva mateixa edat (Suess *et al.*, 1998).

Les relacions entre els iguals en els períodes de la infància i de l'adolescència contribueixen significativament al desenvolupament interpersonal i proporcionen oportunitats úniques per l'aprenentatge d'habilitats i competències concretes. A més, proporcionen afecte, intimitat, ajuda, suport, sentit de pertinença, d'acceptació i moltes altres coses que fan que l'infant o l'adolescent tingui sentiments de benestar. El microsistema dels iguals i la cultura del grup està formada per normes, rituals, pautes, rutines, costums, creences, hàbits de comportament, valors i actituds (López, Etxebarria, Fuentes i Ortiz, 1999; Trianes, Muñoz i Jiménez, 1997), que no necessàriament hauran estat transmises pels seus progenitors. Esdevé rellevant assenyalar que existeixen diferències entre les relacions nen-adult i les relacions nen-nen. En les relacions nen-adult, la persona adulta és la que

fonamentalment exerceix control mentre que en les relacions nen-nen, el control és molt més recíproc. És per aquest motiu que s'empra l'expressió *relacions entre iguals* per referir-nos a aquestes interaccions entre nens, perquè la principal característica és precisament que els interactants són iguals o molt semblants en edat, interessos, característiques i rols exercits, de manera que estan en una posició social semblant. A més, es caracteritzen per ser simètriques i es regulen per la llei de reciprocitat entre el que es dona i el que es rep.

Seguint les idees exposades per Monjas *et al.* (2002), en el marc de les relacions entre els iguals es possibilita l'experiència, adquisició i pràctica d'aspectes tan rellevants com els següents:

- El coneixement d'un mateix i dels altres, afavorint-se el procés d'identificació i el desenvolupament de l'autoconcepte i l'autoestima.
- La reciprocitat, entesa com la necessitat de donar per poder rebre i l'intercanvi en el control de la relació.
- L'empatia, adquirint la capacitat de posar-se al lloc de l'altre.
- La col·laboració, la cooperació i l'ajuda, que suposa treballar conjuntament amb altres nens intercanviant el control de la relació i fent tasques en comú.
- L'autocontrol i l'autoregulació de la pròpia conducta en funció de la informació que es rep dels altres perquè els iguals actuen com a agents de control reforçant o castigant determinades conductes.
- El suport emocional, l'ajuda, el consol, el companyerisme i l'establiment de vincles afectius i d'amistat.
- La diversió i complicitat.
- Les estratègies socials de negociació i d'adopció d'acords.
- El desenvolupament moral i l'aprenentatge de valors i normes, ja que amb els iguals s'explora el món social no el familiar.

En els apartats que segueixen farem una exposició més detallada de tres importants agents de socialització (la família, el grup d'iguals i els mitjans audiovisuals), així com dels diferents contextos en que el procés té lloc.

1.4. La socialització en el context familiar: les relacions paterno-filials a l'adolescència

Tot i que el terme família és un concepte bàsic, no és fàcil definir-lo degut a que les funcions desenvolupades per cadascun dels membres varien considerablement en cada una de les diferents cultures que determinen les diferents societats i més encara en les societats contemporànies, entre les quals existeixen diferents models de família. Amb tot, una de les definicions més àmplies de *família* aportada per les Nacions Unides es refereix al *conjunt de membres de la llar que estan emparentats entre sí per sang, adopció o matrimoni*. Aquesta definició permet que s'apliqui el mateix concepte a una gran quantitat de països amb costums socials diferents.

La família ha estat considerada gairebé per tothom com la font de socialització més important dels nostres infants. Durant la primera infància els nens aprenen les normes de comportament a través de la relació amb els seus progenitors. Tota persona, al llarg de la seva existència, està immersa en una xarxa de relacions i activitats connectades d'una o altra manera pels llaços familiars. Quan arriba a l'etapa de l'adolescència la importància de la família no disminueix. Durant aquesta etapa la família juga un paper central en aspectes tan essencials com la formació de la identitat, l'adquisició de l'autonomia i, en termes generals, en l'ajustament psicosocial de l'adolescent. Hi ha però molts d'altres factors que intervenen en la socialització dels adolescents.

L'adolescència ha estat definida per nombrosos autors com un *període de transició*, com *una etapa que transcorre des de la infància fins a la vida adulta* i que suposa nombrosos *canvis biològics, psicològics i socials*. Segons alguns autors, durant molt de temps l'orientació teòrica més dominant s'ha basat en una representació cultural de la l'adolescència com un període caracteritzat per innumerables problemes i tensions, com un període de *confusió normativa, turmentós i estressant i d'oscil·lacions i oposicions* (Funes, 2003).

No obstant això, en les darreres dècades aquesta visió de l'adolescència ha convergit amb una altra de ben diferent que se centra més en els aspectes positius del desenvolupament, presentant l'adolescència com un període d'evolució durant el qual l'individu afronta un ampli rang de demandes, conflictes i oportunitats. S'entén que l'adolescent contribueix positivament al seu propi desenvolupament i es troba implicat en un procés de negociació amb els seus progenitors, amb l'objectiu d'exercir un major control de la seva pròpia vida (Musitu, Buelga, Lila i Cava, 2001).

A continuació, farem una introducció exposant com es concep l'adolescència en el període actual caracteritzat per la societat de les NTICs i els canvis accelerats, tractarem alguns aspectes característics de l'adolescència com a període de canvis, el context familiar en el que viuen els adolescents i els processos de socialització i comunicació que ocorren en ell.

1.4.1. Concepció de l'adolescència en una societat acceleradament canviant

Des de primers dels anys 90 del segle XX, molts científics socials s'han interessat per l'adolescència en considerar-la com a grup o categoria social. Consideren que en l'actualitat les dinàmiques socials i psicològiques, així com els accelerats avenços tecnològics estan produint importants canvis en les formes i en les interaccions entre els adults i els adolescents com a grups diferenciats de la població (Alsinet, Pérez i Agulló, 2003).

La introducció de les Noves Tecnologies de la Informació i la Comunicació (NTICs) està generant noves formes d'entendre i interrelacionar-se els adolescents amb els adults i amb el seu grup d'iguals. Aquests processos, en el marc d'una societat acceleradament canviant, han comportat alguns canvis en les dinàmiques socials. Com a més rellevants podem destacar: (a) la progressiva infantilització que repercuteix en les formes d'aspirar a l'adolescència, on es produeixen importants transformacions i dificultats per accedir al món dels adults i (b) els canvis en les formes d'entendre i interpretar els nous valors socials i familiars (vegeu Casas, Figuer *et al.*, 2005; Casas, González *et al.*, 2007).

Per la seva banda, Moral i Ovejero (2004) apunten que els adolescents viuen immersos en una societat postmoderna en crisi, on la crisi d'aquests joves i la crisi social es retroalimenten. Aquests autors també assenyalen que el qualificatiu d'*adolescent* aplicat a la societat actual es pot emprar per posar de manifest l'ambivalència, la successió de canvis, les contradiccions, el debilitament dels valors tradicionals, l'hedonisme, la immediatesa o la cerca i redefinició de la identitat. Aquestes mateixes contradiccions són evidenciades per Urra (2002, p. 11): "*Vitalitat, efervescència, il·lusió, tristesa i, fins i tot desesperació defineixen una etapa on la roba que es porta, les modes i els efímers mites cobren un valor inusitat*".

Per finalitzar i, dins d'aquest panorama social de constants i accelerats canvis, presentem una anàlisi dels diferents *possibles móns* contemporanis i els seus efectes sobre les realitats dels adolescents:

- ♦ Giddens (2000) es refereix a una *món desbocat* on la categoria d'adolescència s'estanca, perdent la seva característica definitiva de transició, prenent el rumb cap a una adolescència social perllongada. Postergant-se, des d'aquesta visió, el seu progrés cap a una condició adulta.
- ♦ En el *món de la metamorfosis laboral* (vegeu Alonso, 2000a; Antunes, 1999; Castells, 1999) s'obstaculitza la plena inserció sociolaboral dels joves.
- ♦ Com ja apuntava fa dècades Dumazedier (1968), els adolescents es troben immersos en un *món de la civilització de l'oci*, en el que han emergit noves formes d'ocupació del temps lliure dels joves.
- ♦ En el *món del jo saturat* descrit per Gergen (1992), la identitat psicosocial del jove es dilueix i recomposa en diverses formes d'autoconsciència (vegeu Irazo i Rubén Blasco, 2002), en múltiples identitats que es posen en escena en funció de les circumstàncies.
- ♦ En el *món digitalitzat* en el que es va instal·lant el poder de les noves tecnologies (vegeu Castells, 1997, 1998, 1999), l'adolescent fomenta la comunicació interpersonal a través de les "noves pantalles", tecnificant-se la naturalesa socioconstruïda dels seus vincles relacionals on, autors com Feixa (2001; 2003), al·ludeixen a l'emergència de la *Generació @*.
- ♦ En el *món dels mass media, digitalitzat i informacional* (vegeu Negroponete, 1999) són abundants les vinculacions entre l'individualisme mediàtic contemporani i l'ànsia d'identitat juvenil (Pérez Tornero, 2000) o altres formes de comunicació mediàtica en les condicions que defineixen una cultura de *virtualitat real* (Castells, 1999) i visions sociològiques de l'*animal symbolicum* (Moral, 2005) de manera que es va redefinint una subcultura juvenil qualificada per alguns autors com *juventus digitalis* (Moral i Ovejero, 2004).

1.4.2. L'adolescència com a una etapa de canvis

Malgrat que els autors segueixen estant d'acord en la gran quantitat de canvis que es produeixen durant aquest període, en les darreres dècades s'ha produït una important transformació en la conceptualització de l'adolescència: es difícil avui en dia seguir mantenint postures dràstiques sobre la universalitat de la tensió i el conflicte durant l'adolescència, tal i com defensava Anna Freud a la dècada dels anys 50, la qual va arribar a afirmar que "ser normal durant l'adolescència és, en sí mateix, anormal".

Arnett (1999) ens ofereix una visió més d'acord amb la realitat que viuen els adolescents en la nostra societat. Aquest autor reprèn la visió de l'adolescència com un període especialment conflictiu, tot i que posa de manifest que existeixen moltes diferències individuals i culturals. Així, en relació a aquest darrer aspecte, les diferències existents en la valoració i importància que se li concedeix a l'*individualisme* entre cultures occidentals i cultures més tradicionals provoquen divergències en el grau de conflicte experimentat durant l'adolescència: a major individualisme, major grau d'*independència* que es permet i que esperen els adolescents. Les diferències d'opinió en relació al procés d'independència entre progenitors i fills poden provocar majors nivells de conflicte i, part de la creença de l'adolescència que mantenen els progenitors com un període difícil, és deguda a la seva preocupació perquè la creixent independència pugui portar-los a participar en conductes de risc. Pel contrari, en les cultures més tradicionals no s'espera que els i les adolescents gaudeixin de tant independència, per això es redueixen considerablement els conflictes i la possibilitat d'implicació en conductes no controlades pels progenitors.

Arnett (1999) afirma que, malgrat no tots els adolescents experimenten estrès i tensió, són més probables durant l'adolescència que en qualsevol altra edat. L'adolescència es converteix en una etapa més difícil que altres períodes de la vida no només per l'adolescent, sinó que també per a les persones que l'envolten. Per aquest autor, la idea de que l'adolescència és *difícil* es troba íntimament relacionada amb tres aspectes clau: majors nivells de *conflicte amb els progenitors*, *alteracions de l'estat d'ànim* i *major implicació en conductes de risc*. A més, cadascun d'aquests elements té diferents moments crítics: el conflicte amb els progenitors en la primera adolescència, les alteracions de l'estat d'ànim en l'adolescència mitja i les conductes de risc en l'adolescència tardia o primera joventut. Vegem-ho tot seguit:

- ♦ *Conflictes amb els progenitors*. Segons Arnett (1999), es considera que, els adolescents, tendeixen a ser rebels i a resistir-se a l'autoritat dels progenitors. Generalment, aquest increment del conflicte entre progenitors i fills és atribuït a la incompatibilitat entre la necessitat d'independència de l'adolescent i el fet que els progenitors veuen en ells a uns nens, tractant-los com a tals. Evidentment, existeixen importants diferències individuals, així com moltes relacions entre progenitors i adolescents on el conflicte és pràcticament inexistent. Algunes variables individuals que s'han relacionat amb la major probabilitat de conflicte paterno-filial són l'ànim depressiu en l'adolescent, el consum de substàncies, la maduració precoç de les noies i, segons el nostre punt de vista, els diferents interessos i usos d'alguns mitjans audiovisuals entre progenitors i fills.

- ♦ *Alteracions de l'estat d'ànim.* Els adolescents tendeixen a ser més làbils emocionalment que els nens o els adults. De la mateixa manera que succeeix en el conflicte familiar, els adolescents varien en el grau en el que experimenten alteracions d'humor. Per Arnett (1999), alguns dels factors que fan més probable les alteracions de l'estat d'ànim són la baixa popularitat en el grup d'iguals, un rendiment escolar baix i problemes familiars com ara el conflicte parental o el divorci. Quants més esdeveniments negatius experimentin, més probabilitats hi haurà que manifestin alteracions. No obstant això, i al marge de les diferències individuals, la realitat és que l'adolescència és un període amb grans probabilitats de ser emocionalment *diffícil*.

- ♦ *Conductes de risc.* Els adolescents, en comparació amb els nens i els adults, s'impliquen amb més probabilitat en comportament temeraris, il·legals i antisocials. Així, l'adolescència i la primera joventut són els períodes on més elevada és la prevalença d'una varietat de conductes de risc com, per exemple, les conductes sexuals de risc, la conducció temerària o el consum de substàncies. En aquest àmbit també és important reconèixer l'existència de diferències individuals. Sota el nostre punt de vista, els exemples de conductes de risc que planteja Arnett (1999) resulten un tant alarmistes i, considerem que caldria matisar que molts "riscos" percebuts pels adolescents tenen a veure amb la motivació per experimentar els propis límits o explorar allò desconegut (per exemple, arribar a l'esgotament físic, practicar esports de risc, etc).

Com ja assenyalàvem, en l'adolescència es produeix un important increment dels canvis físics, psicològics i socials. En relació amb el context familiar, aquesta etapa es caracteritza, entre altres aspectes, per un qüestionament de les normes de funcionament familiar. El grup d'iguals es converteix en un poderós referent per als fill/es que poden arribar a desorganitzar les pautes establertes per la família, a l'hora que els canvis evolutius i necessitats de l'adolescent són percebuts per la família com a disruptors del funcionament, requerint una reorganització de les seves regles d'interacció.

1.4.3. Canvis del context familiar en que viuen els adolescents en l'actualitat

Deixant de banda els problemes derivats de la conceptualització de l'adolescència i diversos aspectes que la caracteritzen, traslladarem ara la nostra atenció a alguns dels principals canvis que estan tenint lloc en els contextos familiars de societats com la nostra i que afecten al tipus de relació que s'estableix en el seu interior. En molts aspectes el context familiar dels adolescents d'avui en dia és completament diferent al que tenien els seus propis progenitors o avis. En nombrosos estudis i

investigacions relatives a la família es reflecteixen els canvis produïts al llarg del segle XX i, a Espanya concretament, aquests canvis s'han evidenciat a una velocitat vertiginosa en el darrer quart de segle.

Actualment, existeixen diferents tipus de famílies, presents amb freqüència diversa a cada país. Megías (2002) ens proposa una classificació dels diferents tipus de família que existeixen en l'actualitat. L'autor destaca que el fet que hagi crescut el nombre de *famílies nuclears* (famílies en les que viuen progenitors i fills únicament) fa que un altre tipus de família que ha estat tant comú a Espanya, les *famílies extenses* (famílies en les que viuen varies generacions i parents de diferents graus en les mateixes), estigui en retrocés. Un altre tipus de famílies, les *monoparentals* (famílies en les que conviu un sol progenitor, pare o mare, i el fill o fills que depenen d'ells) o les de *nuclis estrictes* (famílies que es formen amb la unió d'una parella casada o no i que no té descendència), coexisteixen amb les famílies extensa i nuclear des de fa temps. El que ha canviat és el fet que s'han legitimat i acceptat socialment com a unitats familiars complertes. Un nou tipus de famílies són les *reconstituïdes* (famílies que es formen amb la unió de progenitors que han format altres famílies prèviament i que per diverses circumstàncies s'han trencat). Cal tenir en compte que cada vegada són més habituals altres formes d'agrupació que recentment, durant l'any 2005, han rebut el reconeixement social podent arribar a contraure matrimoni legalment. Aquest és el cas de les parelles de fet, tant heterosexuales com homosexuals, tot i que per aquestes darreres el qualificatiu família compta encara amb innumerables detractors. Per últim, és important senyalar el tipus emergent de família denominada *d'acollida* –famílies que amb el suport públic acullen temporalment a nens i adolescents els progenitors biològics dels quals no se'n poden fer càrrec.

Sigui quin sigui el tipus de família en la qual se socialitza als fills, totes tenen un *estil de relació familiar*. Aquest estil, vindrà determinat per una sèrie de variables que, en constant interacció, són els constituents bàsics de la funció educativa del sistema familiar i fan possible que la transmissió de pautes s'efectuï: el clima familiar, les regles de convivència, la comunicació i la manifestació afectiva. Unes formen part de les altres, estan lligades entre si i operen juntes, de manera que és molt difícil separar-les. Seguint l'esquema que proposa Megías (2002), veiem amb més detall en que consisteixen aquestes pautes de relació intrafamiliar:

- ♦ *Clima familiar*. Quan dues persones desitgen constituir una família, en teoria, tenen com a punt de partida un estat afectiu estable, en el qual els sentiments, emocions i sensacions són positius. Aquest estat crea una clima afectiu que podria descriure's com el continent de seguretat emocional que facilita la comunicació i, per tant, la disposició necessària per l'aprenentatge social i afectiu de

tots els seus integrants. El clima familiar es podria definir, segons Megías (2002), com la percepció que els progenitors i fills tenen de les relacions familiars globalment parlant, és a dir, en el sentit totalitzador que fa convergir aspectes comunicatius, afectius, organitzatius i de reciprocitat. La combinació d'aquestes variables, a més de configurar el patró d'organització familiar, també indica el grau de cohesió del sistema familiar.

- ♦ *Les regles o normes de convivència.* Són els criteris d'actuació que facilitaran l'estructuració de la família. Indiquen a cada membre del sistema familiar què, com i quan ha de realitzar una acció o una tasca. La implantació de normes que facilitin l'organització familiar requereix que el subsistema parental (sigui quin sigui el seu sexe) exerceixi el principi d'autoritat. Per altra banda, la manera en que els progenitors exerceixen aquesta autoritat (tant en la implantació com en el manteniment d'aquestes regles) sembla tenir una clara influència en la constitució del clima afectiu, en l'estil comunicatiu i en l'estil de relació dels fills.

Segons Megías (2002), si els progenitors exerceixen el principi d'autoritat de manera *rígida i inflexible* poden caure en l'autoritarisme amb facilitat. Si pel contrari, *per temor a ser autoritaris*, eviten marcar les pautes del grup familiar poden desplaçar-se des de la tolerància fins a la negligència absoluta. L'exercici de l'autoritat no sempre és fàcil; de fet, practicar-lo comporta la necessitat de manejar les tensions que suscita, circumstància no desitjada que determina que, per evitar enfrontaments, alguns progenitors s'inhibeixin a l'hora de marcar pautes.

Alguns progenitors senyalen la seva dificultat per crear normes i per exercir l'autoritat amb els fills, movent-se en un sentiment de cert desbordament i soledat, que alguns evadeixen a través de la fugida cap endavant, delegant i fent més concessions als fills del que en realitat voldrien. Aquest tipus de solucions eviten, en certa mesura, els enfrontaments entre progenitors i fills; no obstant això, no vol dir que no hi hagi discrepàncies i, fins i tot, conflictes entre uns i altres. Així mateix, també podem trobar els progenitors que exerceixen amb certa rigidesa el seu rol, la qual cosa els col·loca en l'extrem oposat, donant lloc a una sèrie de conseqüències adverses.

- ♦ *La comunicació.* La interacció entre els subsistemes familiars es dona a través de la comunicació, que és el vehicle de les relacions i transporta creences, valors, actituds, criteris i coneixements. La comunicació és, per tant, la *clau de la cohesió dels grups humans*, que a través del llenguatge conformen una unitat social. Per l'autor, en cada model de família es dona un estil de comunicació concret. Així, en el *model autoritari* la comunicació es presenta de manera unidireccional

i sempre del sistema parental al filial. El *model democràtic* o *inductiu de suport*, pel contrari, manifesta una comunicació bidireccional entre els subsistemes.

Un estudi anterior realitzat per Cantero i Gordillo (1999) apunta que els progenitors i els fills es comuniquen de manera més oberta en l'actualitat; conversen més i discuteixen les decisions que afecten als fills. Els temes que més s'aborden són els relatius a la vida familiar, especialment aquells que tenen a veure amb l'organització i amb les normes; un altre tema que suscita interès són les drogues. Pel contrari, la sexualitat, la política i la religió no semblen ser temes que estiguin gaire presents a les converses familiars.

- ♦ *La manifestació afectiva.* L'expressió dels afectes i la seva transmissió a través del llenguatge (verbal o no verbal) són integrants claus dels processos d'interacció familiar. Sense ells, el desenvolupament de l'individu és deficitari fins al punt que, de quedar afectada l'àrea afectiva de la persona, molt possiblement apareixeran repercussions en les àrees cognoscitiva i social. La implicació afectiva en la comunicació és clau per a què els continguts en el procés d'intercanvi tinguin transcendència i s'interioritzin. L'impacte afectiu (explícit i implícit) que comporta el procés de comunicació garanteix la transmissió de pautes.

En base a les diferents pautes de relació familiar exposades seguint les idees de Megías (2002), observem un nou model social amb un predomini de nous valors, que es tradueixen en nous comportaments. Aquests canvis ens situen enfront adolescents que viuen en contextos familiars que en alguns aspectes són diferents a les famílies de les dècades prèvies: adolescents que viuen en famílies amb menys germans, amb progenitors separats, en famílies monoparentals o reconstituïdes, amb ambdós progenitors treballant...

No obstant això, la principal diferència no l'hem de buscar en les "formes" familiars, sinó en els *valors* i *normes de comportament* que contrasten amb els de fa algunes dècades. En aquest sentit, Alberdi (1999) parla de *democratització de la família*. Tots aquests canvis en el context familiar s'han de tenir presents quan investiguem o intervenim amb adolescents. Veiem, a continuació, quins són *els valors de la família espanyola* segons aquest autor:

- ♦ *La llibertat.* En la família contemporània espanyola, en termes generals, existeix més llibertat; comparat amb èpoques anteriors, els membres de la parella són més lliures en prendre la decisió de continuar o no la relació de parella, així com de tenir o no tenir fills. A més, els fills també gaudeixen

de major llibertat d'acció i presa de decisions en l'àmbit familiar. Alguns estudis, com el realitzat per Amorós, Buxarrais i Casas (2002) han posat de manifest la capacitat de decisió que tenen els adolescents en la compra d'aparells electrònics en les seves llars.

- ♦ *El benestar i els models de felicitat.* Enfront a la idea de sacrifici present en els nuclis familiars tradicionals, avui en dia prima la idea de la cerca de benestar de tots els membres de la família i de la cerca de la felicitat individual. Actualment, la principal finalitat de les famílies és la felicitat dels seus membres. En aquest sentit, és precisament la cerca de la felicitat la principal motivació que es troba en l'arrel dels canvis actuals dels comportaments individuals i familiars.

- ♦ *La igualtat.* Aquest valor també impregna el context familiar; actualment, ambdós cònjuges són considerats iguals davant la llei, així com els fills, tant si han nascut dins del matrimoni com fora.

- ♦ *La solidaritat.* La solidaritat entre els membres de la família és un valor que ja estava arrelat profundament en la família tradicional i que es manté en els nostres dies. La família posa els seus recursos en comú; entre els membres de la parella, en primer instància, estenen-se la solidaritat fins als fills i ancians. Segons Alberdi (1999) "en la família s'intercanvien recursos econòmics, treball domèstic, serveis, s'intercanvien afectes, en una paraula, tot. Aquest intercanvi transcendeix generalment els límits de llar domèstica a través del que anomenem família àmplia, les xarxes de parentesc que vinculen unes llars amb les altres perquè se senten pertanyents a un mateix grup" (p. 37).

- ♦ *La tolerància amb la diversitat.* Tot i que en el passat existien moltes de les diverses formes familiars actuals, el que caracteritza a la situació actual és la major tolerància a la diversitat. En paraules del propi Alberdi (1999) "l'acceptació del matrimoni sense fills, de la convivència sense matrimoni o dels naixement de fill fora del matrimoni està generalitzant aquestes conductes com a formes alternatives i legítimes de vida personal" (p. 39).

- ♦ *L'individualisme i la privacitat.* Avui en dia, en la nostra societat, predominen les idees com l'individualisme, el valor de la vida privada, el sentit de la fugacitat de la vida i la urgència de les gratificacions immediates. Valors d'aquest tipus tenen una important incidència en la família.

1.4.4. La família com a context de socialització

La socialització ha estat, com ens referíem a l'inici d'aquest capítol, una de les funcions més àmpliament reconegudes de la família. La *socialització familiar* es refereix al conjunt de processos d'interacció que es produeixen en el context familiar i que tenen com a objectiu inculcar en els fills un determinat sistema de valors, normes i creences (Musitu, Román i Gracia, 1988; Musitu, Buelga, Lila i Cava, 2001).

El procés de socialització no finalitza a la infància, sinó que continua durant l'adolescència tot i que es fan necessàries importants transformacions degudes als canvis que els adolescents i el sistema familiar durant aquesta transició. Tant els canvis evolutius (biològics, cognitius i emocionals), com els canvis contextuals que experimenta l'adolescent, requereixen que es produeixi una reformulació de les estratègies de socialització i de les formes de relació entre els progenitors i els fills, és a dir, un canvi fonamental en el sistema familiar.

Entre aquests canvis contextuals trobem que, durant l'adolescència, es converteixen en elements essencials de la socialització altres contextos diferents del familiar: el grup d'iguals, l'entorn escolar, els mitjans audiovisuals, etc., comencen a ser un referent imprescindible i, en ocasions, en conflicte amb l'entorn familiar. No obstant això, com assenyala Kuczynski i Lollis (1998), els progenitors són les persones que es troben, potencialment, en la millor posició per proporcionar una socialització adequada i prosocial als seus fills. En primer lloc, malgrat existeixen moltes oportunitats de variar i reduir l'impacte de la socialització parental, hi ha raons biològiques de base per la influència contextual que proporcionen els progenitors. En segon lloc, existeixen raons culturals; tot i els importants competidors que tenen els progenitors en el seu rol d'agents socialitzadors, la nostra societat encara els atorga la principal autoritat en el cura dels fills. Els progenitors tenen un sèrie de drets i responsabilitats legals en l'àmbit de la cura dels fills que els permet el control sobre ells/es. En tercer lloc, els progenitors són les persones amb majors possibilitats d'establir relacions significatives amb els seus fills. Des del moment de naixement i, durant molts anys, els progenitors alimenten, estimen, protegeixen, tenen cura i juguen amb els seus fills, activitats que assenten les bases d'un fort vincle entre progenitors i fills. Per últim, els progenitors tenen una importància primordial en els processos de socialització perquè compten amb més oportunitats que cap altra persona de controlar i entendre la conducta dels seus fills. Totes les raons proposades per Kuczynski i Lollis (1998) entorn a la importància de la socialització familiar segueixen estant vigents, en major o menor mesura, quan el fill travessa l'etapa de l'adolescència.

El procés de socialització familiar s'ha estudiat des de diferents perspectives teòriques, a la vegada que han estat diversos els elements de la socialització en els que s'ha fet èmfasi. En els apartats que venen a continuació, tractarem breument tres aspectes que han rebut una considerable atenció per part dels estudiosos del tema. En primer lloc, considerarem alguns mecanismes a través dels quals es produeix la socialització, concretament, els estils i pràctiques de socialització. En segon lloc, tractarem la relació entre aquests mecanismes i els efectes que tenen en l'adolescent, és a dir, les conseqüències de la socialització. Per últim, plantejarem un tema que suscitats recents debats en aquest àmbit: la direccionalitat de la socialització.

1.4.4.1. Els estils i les pràctiques parentals en l'adolescència

Per comprendre en profunditat els processos de socialització familiar, Darling i Steinberg (1993) suggereixen que és crucial establir una clara distinció entre els objectius als quals va dirigida la socialització, les pràctiques emprades pels progenitors per ajudar a assolir aquests objectius i l'estil parental o clima emocional dins dels quals ocorre la socialització, és a dir, entre aspectes de contingut (pràctiques parentals i objectius de socialització) i aspectes contextuais (estils parentals).

Segons Darling i Steinberg (1993), *l'estil parental* pot definir-se com una constel·lació d'actituds cap al noi/a que, considerades conjuntament, creen un "clima emocional" en el que s'expressen les conductes del progenitors. Aquestes conductes inclouen aquelles dirigides a assolir un objectiu de socialització (és a dir, les *pràctiques parentals*), així com conductes que no es troben dirigides a la consecució de l'objectiu de socialització, com ara els gestos, canvis de to de veu i el llenguatge corporal o l'expressió espontània de les emocions. Alhora, els *valors* o *objectius de socialització* inclouen l'adquisició d'habilitats i conductes específiques del nen/a (habilitats socials, habilitats acadèmiques, etc.), així com el desenvolupament de qualitats globals en el noi/a (curiositat, independència, pensament crític, etc.).

Aquests aspectes de socialització familiar es troben íntimament relacionats amb el context cultural de la família. Els processos que lliguen les conductes dels progenitors i dels fills no són universals; no es mantenen iguals amb independència de les característiques dels participants o dels contextos en els quals ocorren. Els valors i normes culturals determinen la conducta real dels progenitors i la manera en que els fill/es interpreten els objectius i la conducta dels seus progenitors, així com la forma en que els adolescents organitzen la seva pròpia conducta.

La immensa majoria de les investigacions inicials sobre els estils parentals destacaven dues dimensions o factors bàsics que explicaven la major part de la variabilitat de la conducta disciplinar. Malgrat que cada autor utilitza denominacions diferents, per Darling i Steinberg (1993) la similitud de les dimensions proposades és notable, podent unificar-se en el termes de *suport parental* i *control parental*. En funció d'aquests dos factors, s'ha intentat descriure una tipologia dels estils disciplinars per, a partir d'ella, poder analitzar els antecedents i conseqüents de les diverses formes de socialització.

Un dels treballs clàssics i, sens dubte, el més citat sobre el control parental i la autonomia dels fills és de Baumrind (1978). Per aquesta autora, l'element clau del rol parental és socialitzar al nen per a què es conformi a les demandes necessàries dels altres mentre manté un sentit d'integritat personal. L'autora diferencia tres tipus d'estils parentals en funció de la dimensió de control:

- a) *Estil autoritari*: quan els progenitors valoren la obediència i creuen en la restricció de l'autonomia del fill/a;
- b) *Estil permissiu*: quan els progenitors proporcionen tota la autonomia possible, sempre que no posi en perill la supervivència física del fill, i
- c) *Estil autoritatiu*: quan els progenitors intenten dirigir les activitats dels fill de manera racional i orientat al problema.

Maccoby i Martin (1983) han realitzat una categorització dels estils parentals en funció de les dues dimensions ortogonals de *responsabilitat* (contingència del reforç parental) i *exigència* (número i tipus de demandes fetes pels progenitors). En relació a aquestes dimensions sorgeixen quatre estils parentals de socialització (Quadre 1):

Quadre 1. Estils parentals

	RESPONSABILITAT	NO RESPONSABILITAT
EXIGÈNCIA	Autoritatiu	Autoritari
NO EXIGÈNCIA	Permissiu	Negligent

Font: (Maccoby i Martin, 1983)

- a) *Estil autoritatiu*: els progenitors ofereixen resposta a les demandes dels seus fills però, a l'hora, esperen que els seus fills responguin a les seves demandes;

b) *Estil autoritari*: els fills experimenten un estil parental caracteritzat per l'assertió de poder, on s'espera l'obediència de regles, on als fills no se'ls permet fer demandes als progenitors i on és més probable la utilització del càstig físic;

c) *Estil permissiu*: els progenitors atenen a les demandes dels fills però eviten regular la seva conducta. Aquests progenitors imposen poques regles als fills, realitzen poques demandes pel comportament madur, eviten la utilització del càstig i tendeixen a ser tolerants amb un ampli rang de conductes.

d) *Estil negligent*: els progenitors tendeixen a limitar el temps que inverteixen en les tasques parentals, minimitzant el temps d'exposició als inconvenients que suposen aquestes tasques.

Seguint les idees aportades per Darling i Steinberg (1993), durant l'adolescència esdevenen *canvis en les pràctiques parentals*. En aquest període, els progenitors han de, per una banda, donar resposta a les necessitats de l'adolescent per incrementar la seva responsabilitat i presa de decisions en la família mentre que, al mateix temps, han de mantenir un elevat nivell de cohesió i afecte en l'entorn familiar. A mesura que el noi/a comença a assumir més responsabilitat i arriba a tenir més confiança en sí mateix, es donaran amb major probabilitat resultats favorables en el seu desenvolupament si els progenitors continuen essent font de suport per als seus fills. Per altra banda, les relacions progenitors-fills prèvies a l'adolescència es caracteritzen per la seva assimetria, sobretot, pel que fa al control. És en aquest darrer aspecte on és més probable que es produeixin les transformacions més importants en la relació de socialització.

A la cultura occidental es considera que els infants necessiten un elevat grau de control i supervisió, mentre que durant el període de l'adolescència és necessari estimular que siguin persones independents i autònomes, en un context de cura, afecte i relacions familiars íntimes i cohesives. Així, en arribar els fills a l'adolescència els progenitors es veuen en la necessitat de canviar la forma de relació amb aquests. Per tant, sembla que la relació amb els fills en aquest període tendeix a estar menys dominada per l'autoritat i el poder dels progenitors: l'actitud socialitzadora ha de canviar cap a una major flexibilitat, bo i posant èmfasi en la responsabilitat.

Alguns dels reptes més difícils de l'educació dels fills durant l'adolescència són: renegociar la forma de relació amb el fill sexualment madur; revisar i modificar les discussions familiars, així com les normes i regles; negociar el nivell de supervisió i control, a la vegada que es facilita la socialització del noi en el seu grup d'iguals.

1.4.4.2. Conseqüències de la socialització familiar

A més de l'acord generalitzat respecte de les dues dimensions referents als estils parentals, entre els investigadors en aquest àmbit d'estudi es va produir ràpidament un gran consens sobre l'associació entre estil parental i conseqüències en el desenvolupament psicosocial del noi. Els adolescents "model" o nois als quals Baumrind (1971) anomenaria més tard "instruments competents" eren producte de llars en les quals els progenitors es comportaven d'una determinada manera. Segons Darling i Steinberg (1993) aquests progenitors eren afectius, establien normes racionals i clares a la vegada que permetien al seu fill autonomia dins d'aquests límits i eren capaços de comunicar amb claredat les seves expectatives i les raons d'aquestes expectatives.

En línies generals, la investigació al voltant de les conseqüències dels diferents estils educatius en els adolescents indica que l'estil *autoritzatiu* (almenys a les cultures occidentals) es troba més relacionat que la resta d'estils parentals amb elevats nivells d'ajustament, maduresa psicosocial, competència psicosocial, autoestima i èxit acadèmic. Pel contrari, els adolescents amb progenitors autoritaris i coercitius en les seves relacions amb ells/es són: a) menys propensos a implicar-se en explorar alternatives d'identitat; b) més partidaris a adoptar normes morals externes, en lloc d'interioritzar les normes; c) solen tenir menys autoconfiança i autoestima, i d) tenen més problemes en utilitzar els seus propis judicis com a guia de conducta. Aquests adolescents tindran dificultats per ser autònoms, ja que tenen menys desenvolupat el sentit de la seva pròpia identitat, confien menys en les seves competències i són més susceptibles a la pressió dels seus progenitors, perquè han après a dependre de fonts externes d'aprovació i guia (Noller i Callan, 1991). Els adolescents amb progenitors que adopten estils *inductius* i *democràtics*, per altra banda, són capaços de prendre les seves pròpies decisions i formular plans apropiats. Aquests adolescents també prenen decisions i realitzen plans que són satisfactoris pels seus progenitors.

Més específicament, Steinberg (1990) ha trobat que quan manquen un o més dels components de l'estil *autoritzatiu*, comencen a fer-se evidents alguns resultats adversos. Els adolescents de llars *autoritàries* puntuen elevat en mesures d'obediència, però baix en mesures de competència. Els i les adolescents de llars *permissives* confien en sí mateixos, però mostren elevats nivells de consum de substàncies i tenen dificultats escolars. Finalment, els adolescents de llars *negligents* mostren més baixes puntuacions en competència i les més elevades puntuacions en problemes de comportament en comparació amb els altres estils parentals. Donats aquests resultats, sembla ser que tant la responsabilitat com l'exigència es troben relacionades amb un conjunt diferent de conseqüències pel

desenvolupament de l'adolescent. Mentre que la responsabilitat sembla estar relacionada amb l'autoestima i les habilitats socials, l'exigència sembla promoure el control dels impulsos i la responsabilitat social.

Respecte a les pràctiques parentals concretes, els adolescents mostren resultats més favorables quan els seus progenitors: 1) mantenen normes clares de relació amb el comportament dels seus fills; 2) reforcen les regles i regulacions amb sancions que no són obertament punitives o facilitadores de cicles coercitius; 3) proporcionen disciplina consistent; 4) expliquen les seves afirmacions; 5) permeten reciprocitat entre progenitors i fill/es en els discussions familiars; 6) s'impliquen en la vida diària de l'adolescent i l'animen a desenvolupar habilitats útils, particularment en les àrees on és més probable el comportament de risc, i 7) potencien la diferenciació permetent a l'adolescent desenvolupar les seves pròpies opinions en un entorn cohesiu.

1.4.4.3. Direccionalitat de la socialització

Una altra qüestió clau en l'àmbit de la socialització familiar ha estat la direccionalitat que s'atorga a aquest procés. Malgrat que ja han passat quasi quaranta anys des de que Bell (1968) va introduir la idea que els fills influeixen en el comportament dels progenitors, la major part de les conceptualitzacions de la socialització familiar han seguit essent, implícitament, unidireccionals. En elles s'assumeix que els nens entren en un món que conté significats, regles i expectatives preexistents mantingudes pels seus progenitors i els *altres significats* dels seu context cultural i que, mitjançant la interacció amb el seu entorn social, van interioritzant aquestes idees gradualment (Kuczynski i Lollis, 1998).

No obstant això, i sobretot durant l'adolescència, no es pot passar per alt l'important paper socialitzador que tenen els fills. En aquest sentit, Baumrind (1971) ja va suggerir que els nens contribueixen al seu propi desenvolupament a través de la influència que exerceixen en els seus progenitors. Aquesta autora considerava el procés de socialització com a dinàmic. Així, l'estil parental utilitzat altera la receptivitat dels nens als esforços socialitzadors dels progenitors. En concret *l'estil autoritatiu* incrementa l'efectivitat de la paternitat modificant les característiques del nen que, a la vegada, potencien les habilitats dels progenitors per actuar com agents de socialització. Com afirmen Grotevant i Cooper (1998), en el model de Baumrind la direccionalitat de la socialització es podria entendre de forma que en *l'estil autoritari* i en el *permissiu*, aquesta es dirigeix dels fills als

progenitors. Ambdós estils difereixen de *l'autoritzatiu*, el qual implica una interacció bidireccional entre progenitors i fills.

Alguns dels models més recents de socialització familiar han dirigit els seus esforços a demostrar la necessitat d'establir un canvi de premisses bàsiques com ara *la direccionalitat del procés*, és a dir, d'unidireccional a bidireccional, de considerar que les influències en la socialització tenen un única direcció o sentit, des dels progenitors cap als fills, a considerar que aquestes també juguen un paper actiu en el procés de socialització en influir als progenitors. Aquest canvi de perspectiva es tradueix en un canvi en la interpretació de la causalitat, del poder i dels resultats de la socialització. Així, la *causalitat* es transforma des de la consideració dels progenitors com a únics agents de la socialització, i on els fills són subjectes passius, a considerar els fill/es com agents actius del procés. Aquests adopten una postura activa cap a les idees dels seus progenitors avaluant-les, interpretant-les i seleccionant d'entre elles les que consideren més convenientes. El *poder en la relació* ja no s'assigna en la seva totalitat als progenitors, sinó que s'assumeix que progenitors i fills interactuen en relacions interdependents i íntimes on cada un és vulnerable i a la vegada té poder en relació amb l'altre. És més, els fills experimenten més poder en relació amb els seus progenitors que amb qualsevol altre adult. Per últim, els *resultats de la socialització* ja no necessiten ser avaluats en funció de la similitud entre progenitors i fill/es; les diferències entre progenitors i fill/es no signifiquen necessàriament fracàs en la socialització, sinó que poden ser resultats desitjables del desenvolupament (Kuczynski i Lollis, 1998).

1.4.4.4. La socialització dels infants i adolescents com a consumidors

Molts dels comportaments de consum adult estan condicionats per l'experiència familiar; així, marques preferides, estils de compra i, fins i tot actituds cap a la compra queden formades durant l'experiència infantil. Com en tots els grups, en la família existeixen normes per controlar la conducta dels seus membres i per articular la raonable harmonia social de les relacions.

Segons León i Olabarría (1993) existeixen raons bàsiques per considerar a la família com influent en el terreny de la conducta del consum:

- a) *La socialització del consum*: la família constitueix el marc primari en el qual els nens aprenen gustos de consum, preferències i estils de compra. Això influirà en la conducta de consum d'una persona per a la resta de la seva vida.

- b) *La presa de decisions en la llar*: la decisió sobre què comprar està subjecta a la influència de diversos membres. Això reflecteix que la presa de decisions conjunta és més complexa que la decisió feta personalment pels subjectes. Fins i tot, diferents persones poden dur a terme diferents tasques en el procés de decisió de compra, algú exerceix la influència per a la compra del producte, algú pren la decisió, algú fa la compra i algú utilitza el producte.
- c) *El cicle de vida familiar*: la família passa per nombrosos estadis durant la seva existència, en cada estadi les necessitats varien, també varien les demandes i les fonts d'ingrés; per exemple, quan neix un fill crea la demanda d'una sèrie de productes que abans del seu naixement no necessitaven.

Globalment, la família és considerada com la unitat bàsica de presa de decisions, la família és una font inesgotable de recursos i necessitats, però malgrat la seva importància, existeixen dificultats per analitzar *la presa de decisions familiars* respecte al consum. Algunes de les principals dificultats fan referència al procediment d'observació i avaluació, ja que es porten a terme en privat, així com també la variabilitat del procés derivat de les enormes diferències que es donen entre les diferents famílies.

Pel bon funcionament d'una família cohesionada és important la distribució dels rols i les tasques que s'han de desenvolupar per un o varis dels seus membres. Com tot grup, la família consta d'una estructura en la qual cada membre ocupa una posició associada a unes conductes determinades o rol. El *rol instrumental* orientat a la consecució d'objectius, l'ha ocupat tradicionalment el pare, i el *rol socioemocional* orientat cap a la necessitat de moral i cohesió, la mare. Per tant, els pares eren els compradors de productes funcionals i les mares d'aquells objectes d'expressió com podia ser la roba, productes de nutrició i de neteja. Però tot això, en els darrers anys, ha patit canvis, sobretot amb la introducció de la dona al món laboral i l'entrada masculina en les tasques domèstiques i la seva major implicació en aquestes tasques. D'aquesta manera, els rols anteriorment citats estan ocupats per ambdós sexes.

Altres rols relacionats amb la *conducta de compra* en la seu de la família són:

- *L'iniciador* o demandant de la compra.
- *L'influent*, és el líder d'opinió que exerceix la influència directa o indirecta sobre la resta dels membres a l'hora de prendre una decisió de consum.
- *L'expert* o coneixedor i informant.
- *El rol de presa de decisió*, que ha de tenir autoritat per decidir i pot ser un membre o varis.
- *El/s consumidor/s*.

Cadascun d'aquests rols s'identifiquen amb els següents *estadis* del procés de presa de decisió:

- 1) *Procés d'informació de consum*: l'informador controlarà els estímuls als quals s'exposarà la família, així com la seva intensitat.
- 2) *Avaluació de les marques*: aquí l'influent i l'expert establiran els límits econòmics, la duració, etc.
- 3) *Compra*, que portarà a terme el comprador.
- 4) *Avaluació postcompra*, que anirà a càrrec del consumidor.

De vegades, la família pot arribar a un acord o consens en la decisió de compra, però en altres casos apareixen conflictes, essent necessari que alguns membres tinguin que acomodar-se a la decisió final. Això succeeix especialment quan el conflicte sorgeix sobre la decisió de comprar o no un producte, mentre que sol arribar-se a un consens a l'hora d'escollir marques.

Per altra banda, el *consens* implica que els membres de la família estiguin d'acord en els objectius. Segons León i Olabarria (1993) les *estratègies* que es poden adoptar per *resoldre un conflicte* i que solen portar al consens són:

- *Resolució del problema*, que pot realitzar-se per diferents vies: que l'expert esculli la millor alternativa, que mitjançant la discussió s'arribi a la millor solució o que s'arribi a la decisió de la compra múltiple.
- *Designar papers*: ocorre quan es delega la decisió en un dels membres de la família, l'especialista.
- *Distribució del pressupost*: la delimitació del pressupost corre a càrrec d'un dels membres de la família, el controlador.

Com hem pogut veure, *el consens no implica unanimitat*, ja que de vegades és un dels membres qui decideix. Quan els membres de la família no estiguin d'acord en les ofertes es fa necessària *l'acomodació*, que pot dur-se a terme mitjançant dues estratègies:

- *La negociació*, que pot realitzar-se mitjançant diferents vies com ara accedir a que un cònjuge decideixi aquesta vegada amb la condició que en una compra posterior sigui l'altre o comprar per impuls i després negociar.

- *La persuasió*, deixar que sigui l'altre cònjuge qui decideixi per tenir la possibilitat d'equivocació i poder reprotxar-li si els resultats de la compra no són satisfactoris; escollir el millor moment per a que l'altre cònjuge accepti la proposta; la unió entre varis membres de la família per defensar una de les opcions, entre d'altres.
- *La coerció o coalició*, es dóna quan els membres no només no estan d'acord amb els objectius, sinó que tampoc ho estan en els estils de vida i actituds i, són les estratègies menys desitjables. Si la decisió de compra es delega a una autoritat legítima, un dels membres de la família té major implicació en la decisió que els altres, i si un dels membres té més habilitats d'empatia amb la resta, aleshores el conflicte és menor.

Freqüentment, en aquest tipus d'investigacions no es té en compte als fills en la presa de decisions, malgrat que tenen un paper important en la compra de molts productes, no només d'ús propi sinó que també en altres que utilitza tota la família. Aquest és el cas de moltes famílies contemporànies, on els fills *adquireixen un rol rellevant en la presa de decisions de compra*. Aquesta és la raó per la qual alguns anuncis es dirigeixen als infants i als adolescents i joves. McNeal (1992, citat a Casas, 2005) recomana als venedors de nous productes dirigits als nens els principis següents:

- Cal tractar als nens com a mercat principal.
- Cal posar més atenció a les estratègies innovadores que a les imitatives.
- Cal col·locar un embalatge infantil en un producte infantil (i el mateix si es tracta ja d'un/a adolescent).
- Sempre cal tenir en compte als progenitors.
- Cal investigar per determinar:
 - ⇒ Les reaccions dels nens i/o adolescents als nous productes i serveis.
 - ⇒ Les reaccions dels nens i/o adolescents a les comunicacions de marketing.
 - ⇒ El seu coneixement de la marca i de l'empresa.
 - ⇒ La influència dels nens en les compres dels progenitors.
 - ⇒ El comportament econòmic dels nens i adolescents.

Segons Alonso (2000b; 2005) el cicle familiar és un concepte sociològic que es refereix a la progressió d'estadis dels individus i de la família al llarg del temps. Tradicionalment les diferències en els estadis es basen en els esdeveniments de la vida com ara el naixement, el transcurs dels anys i la partida dels fills de la família. Existeixen diferents estils de compra associats als estadis del cicle vital. Vegem-los:

- *Solters/es*: joves, viuen fora de la llar o la llar paterna, ingressos relativament baixos; no obstant això, tenen poques càrregues financeres que assumir, conseqüentment la part dels ingressos per al seu ús discrecional són elevats. Aquest grup està orientat cap a la recreació i productes de moda.
- *Parella acabada de casar o en convivència*: solen tenir més ingressos que el grup anterior ja que probablement treballen els dos membres. Representen el major promig de compra de béns duradors.
- *Matrimonis o parelles joves amb fills*: quan neix el primer fill/a s'afegeixen noves necessitats a la compra de la família. Aquest grup està molt interessat en altres productes que fins ara no coneixia, essent susceptibles a la publicitat.
- *Matrimonis o parelles amb fills majors de 6 anys*: possiblement en aquest estadi siguin menys influenciats per la publicitat pel fet de tenir experiència de compra. És significatiu el major consum de productes en paquets de tamany familiar.
- *Matrimonis o parelles grans sense fills dependents*: solen ser famílies satisfetes amb la seva situació financera. Estan menys interessats per la compra de nous productes, mostrant, pel contrari, interès per la recreació i viatges.
- *Matrimonis o parelles jubilades*: els ingressos familiars solen decreïxer. Estan més exposats que la resta de la població a la informació dels mitjans de comunicació.

Tot i que no existeix unanimitat entre els estudiosos pel que fa al nombre d'estadis del cicle de la vida, sí sembla haver acord en les relacions existents entre el cicle de vida i la conducta de consum. Per això, la demanda de diferents productes o serveis pot ser estimada a partir del coneixement de les relacions entre demanda i estadi del cicle de la vida.

Per concloure aquesta reflexió entorn la família i el consum, val la pena dir que per a l'estudi del comportament del consumidor s'ha de contemplar *la socialització de la infància com a consumidora* que es defineix com el *procés pel qual els nens adquireixen les habilitats, coneixements i actituds necessàries per actuar com a consumidors*. Adquirint les seves normes de comportament de consum en diferents situacions, entre les que podem destacar: en la que els progenitors compren i es converteixen en models pels fills; en discussions familiars sobre conductes de consum, en les que en ocasions, els progenitors donen explicacions als fills sobre les mateixes; en la interacció amb els germans, sobretot, quan els germans grans ajuden a la socialització dels petits, aportant models d'imitació.

La finalitat que hem de transmetre en *l'educació del jove consumidor* ha d'estar basada en principis com el d'autonomia, responsabilitat, sentit crític i solidaritat en la societat en la qual viuen. La capacitat d'estar alerta, d'analitzar i contrastar idees, de decidir, d'assumir-les i de portar-les a terme amb coherència i amb capacitat d'autocrítica contínua. Amb aquest plantejament es pretén transmetre una educació en valors, potenciar *el ser* enfront *el posseir*, potenciar un model educatiu que tingui com a punt de partida una visió *social* i no purament econòmica (Pujol, 1996).

Per aquest fet, els joves consumidors han de conèixer com la publicitat i els mitjans de comunicació inciten al consum, considerats agents acceleradors. Hem de dotar, tant als infants com als joves, d'estratègies per a l'anàlisi crítica del consum. No es tracta de dotar-los de la informació i dels mitjans necessaris per a què sàpiguen escollir entre qualitat-preu, sinó formar-los des de petits cap a valors de solidaritat i responsabilitat individual i col·lectiva, per poder equilibrar la relació de forces entre productors i consumidors, cap a les gran avantatges d'un consum raonable i respectuós.

1.4.5. La comunicació progenitors-fills en l'adolescència

Abans d'analitzar els principals elements que intervenen en la comunicació dels diferents subsistemes que conformen una família, és important que definim que s'entén per *comunicació* i, en concret, per *comunicació interpersonal*. Considerem rellevant fer aquest incís ja que l'objecte d'estudi d'aquesta tesi és el comportament de les persones en relació a un mitjà (instrument) de comunicació. No obstant això, nosaltres centrarem el nostre objecte d'estudi no tant en com o quan els adolescents utilitzen el mòbil sinó en com es relacionen entre ells a l'entorn d'aquesta tecnologia.

Començarem per afirmar que la comunicació no és una tasca opcional per la qual l'ésser humà pugui decantar-se o no lliurement, ja que la seva mateixa naturalesa social l'impulsa necessàriament a ella. D'aquesta manera, ésser és comunicar-se i, precisament, aquesta constituirà la base i punt de partida d'estudi. És important tenir en compte els principis que van anunciar l'any 1985 Scout i Powers:

- ◆ El primer principi, considera que les persones ens comuniquem perquè aquesta comunicació és totalment necessària pel *benestar psicològic*.
- ◆ El segon principi, va una mica més lluny, afirmant que la comunicació és un *mitjà* per satisfer moltes altres necessitats.

- ♦ Finalment, en el tercer principi, s'afirma que la capacitat de comunicació interpersonal no ha de mesurar-se exclusivament pel grau en que la conducta comunicativa ajuda a satisfer les pròpies necessitats, sinó també pel grau en que facilita als altres satisfer les seves.

Watzlawick, Beavin i Jackson (1967) van definir amb claredat el que ells van anomenar *el primer axioma de la comunicació: no és possible no comunicar-se*. S'accepta que tota conducta és comunicació i no hi ha res que sigui el contrari de conducta; sempre ens estem comportant. En acceptar que tota conducta en una situació d'interacció té un valor de missatge, és comunicació, es dedueix que malgrat ho intentem no podem deixar de comunicar. Aquest axioma és fàcilment comprovable en les relacions interpersonals ja que la nostra presència, disposició o conducta impacta a les altres persones a través de missatges, implícits o explícits, que, al mateix temps, provoquen diverses conductes transmissores d'altres missatges. Tota conducta és comunicació i cal considerar-la com a tal. Si bé la impossibilitat de la no comunicació és clara, també ho és que l'ésser humà, com a emissor comunicatiu, pot escollir d'entre un ampli ventall de *mitjans* posats al seu abast per desenvolupar-la.

Trenholm i Jensen (2004) defineixen la *comunicació interpersonal* com aquella que té lloc entre dues persones, generalment, en interaccions cara a cara. Aquest tipus de comunicació també es coneix com a *diàdica* i es caracteritza per ser espontània i informal. Els autors suggereixen que per a què hi hagi una adequada comunicació cal que les persones tinguin *competència comunicativa*, és a dir, facin un ús adequat del coneixement social i de les habilitats socials en el context d'una relació. Aquest model de comunicació proposat per Trenholm i Jensen (2004) suggereix que per ser un comunicador competent i, per tant, poder-nos comunicar amb èxit en les nostres relacions interpersonals cal tenir les competències següents:

- 1) *Assignar significats al món que ens envolta (competència interpretativa)*: implica el procés de percepció del món i l'etiquetatge, l'organització i la interpretació de persones i situacions.
- 2) *Marcar objectius estratègicament (competència d'objectius)*: procés de planificació, és a dir, anticipació de conseqüències, escollir línies efectives d'actuació, saber com assolir els objectius.
- 3) *Adoptar rols socials de manera apropiada (competència de rol)*: procés d'adaptació a les necessitats i expectatives dels altres. Saber assumir rols i saber quin és el comportament apropiat en cada moment, i saber quan i com es poden violar normes socials.

- 4) *Presentar una imatge valorada de si mateix/a als demés (competència de self):* procés d'autopresentació. Saber qui es vol ser en situacions donades i com comunicar aquesta imatge als demés.
- 5) *Generar missatges intel·ligibles (competència de missatge):* procés de codificació. És a dir, tenir la capacitat d'emetre missatges que els demés puguin comprendre.

Aquestes idees prèvies ens porten a una reflexió central sobre el procés de comunicació: la *comunicació interpersonal*, no és només una de les dimensions de la vida humana, sinó la dimensió a través de la qual ens realitzem com a éssers humans, fins al punt de poder afirmar, com ho fan Steward i D'angelo (1976) que la qualitat de les nostres relacions interpersonals determinen qui hem arribat a ser com a persones.

Per a que es produeixi un procés de comunicació interpersonal efectiu és necessari que hi hagi una sintonia entre els pols d'emissió i recepció, i una adequada percepció dels processos de codificació i descodificació. Però, el més important de tot procés comunicatiu és conèixer els pensaments d'un mateix. Per poder comunicar quelcom de nosaltres mateixos necessitem conèixer el nostre interior, els nostres sentiments, sinó no serem capaços d'expressar-nos amb autenticitat, ni d'establir relacions profundes amb els demés. A aquest fenomen se l'anomena *comunicació intrapersonal*. La consciència d'un mateix, quan es planteja de manera adequada, és un procés que facilita obrir-se a l'altre mitjançant un procés paral·lel. Melendo (1985) ens diu que la comunicació intrapersonal i la interpersonal són dos processos simultanis. Per tant, és precís viure el diàleg amb un mateix; créixer en consciència de qui som i de què volem, per així millorar les nostres relacions interpersonals.

Ara que ja hem plantejat com entenem la base sobre la que se sustenta la comunicació i quins elements cal que intervinguin per a què aquesta sigui adequada, analitzarem quins són *els elements que han d'entrar en joc en la comunicació familiar pel correcte enteniment entre els seus membres*. Les relacions familiars constitueixen el context bàsic on el nen/a i, més tard l'adolescent, entra en comunicació i interacció amb altres éssers humans.

Durant l'adolescència, la família es troba amb el deure de sincronitzar dos moviments antagònics que es presenten amb creixent intensitat: la tendència del sistema cap a la unitat, al manteniment dels llaços afectius i al sentiment de pertinença, per una banda, i la tendència cap a la diferenciació i l'autonomia dels membres singulars, per una altra. En aquest sentit, l'adolescència d'un membre de la família posa a prova la capacitat de tota la organització familiar d'adaptar-se, canviant molt

ràpidament la forma de les relacions entre els seus membres. A més, el procés d'emancipació no només afecta a l'adolescent, sinó també als progenitors (aspecte al qual no s'ha donat gaire importància): han de separar-se dels fills, acceptar que s'estan convertint en adults i ajudar-los en el seu procés d'emancipació. La forma en que els progenitors viuen aquesta independència està destinada a tenir efectes rellevants sobre la consecució del procés de creixement i d'autonomia dels mateixos fills.

1.4.5.1. Autonomia i comunicació amb els progenitors

Una de les tasques del desenvolupament més important per l'adolescent en el procés de consecució d'una identitat positiva i estable d'adult és *l'adquisició d'autonomia*. El principal element d'aquesta tasca consisteix en una separació o distanciament emocional gradual dels adolescents en relació als seus progenitors, ja que a l'actualitat i a la nostra societat no sembla caracteritzada, com succeïa temps enrera, per la sortida de casa de les joves generacions. De fet, el conqueriment de l'autonomia molt sovint té lloc en la família, àmbit en el qual els fills romanen cada vegada més temps. En aquest sentit, els canvis socials han transformat l'escenari de desenvolupament tant pels adolescents com pels progenitors.

Emancipació no significa ruptura de les relacions familiars, ans al contrari, la transformació de les relacions en més igualitàries i recíproques; independència no significa marxar de casa, sinó llibertat per instaurar noves relacions, llibertat personal per organitzar-se i assumir la responsabilitat de sí mateix en àmbits com l'educació, la feina, les opinions polítiques i l'elecció del propi desenvolupament professional. L'autonomia no és només externa, sinó també interna, és a dir, suposa la possibilitat de prendre decisions relatives a la pròpia vida sense sentiments de culpa i sense necessitat de jutjar les pròpies accions en funció de criteris atribuïts als progenitors. L'adolescent, gradualment, abandona les opinions sobre que els seus progenitors són infal·libles i perfectes i se n'adona que poden equivocar-se: per això, mentre que en el passat accepta els seus consells, ara comença a discutir-ho tot. Els progenitors que eren considerats com aquells que *ho sabien tot*, ara se'ls percep com aquells que *creuen que ho saben tot*.

Grotevant i Cooper (1985) han tractat d'identificar els aspectes de la comunicació familiar que sembla que reforcen la competència psicosocial de l'adolescent. Han desenvolupat un model del procés *d'individuació*, definit com una propietat de les relacions intrafamiliars, caracteritzat per la interdependència entre individualitat i cohesió dels membres. En la descripció d'una relació, la

individuació és coherent amb la conceptualització de la cohesió familiar com una dimensió amb dos extrems: l'*aglutinament* (que implica un elevat grau de cohesió, en la que els membres de la família actuen i pensen de la mateixa forma) i el *deslligament* (que significa un baix grau de cohesió, en el que els membres són independents i tenen poca influència els uns sobre els altres). Les relacions òptimes són aquelles que mostren un equilibri entre individuació i cohesió.

El model d'individuació proposat per aquests autors consta de quatre factors. Dos reflecteixen aspectes de la individualitat: l'*assertió/afirmació de sí mateix*, és a dir, la capacitat de tenir un punt de vista i de comunicar-lo amb claredat, i la *separació*, és a dir, la capacitat d'expressar la diferència entre sí mateix i els altres. Els altres dos factors impliquen aspectes diferenciats de suport i implicació dins de la família: es tracta de la *permeabilitat* –mostrar responsivitat i obertura a les idees dels altres- i *mutualitat* –mostrar sensibilitat i respecte en les relacions amb els altres.

1.4.5.2. Temes de discussió i conflicte familiar

Com hem indicat a l'inici d'aquest apartat, malgrat que és evident que per a molts joves l'adolescència no és un període particularment turbulent, que les relacions amb els progenitors són més una mostra d'harmonia que de conflicte i que molts adolescents s'identifiquen amb els seus progenitors i els aprecien, això no significa que el conflicte o les dificultats no estiguin presents en l'escenari familiar ni que l'adolescent transiti sense problemes en el seu trajecte cap a la vida adulta. El conflicte l'entendem, d'acord amb Musitu *et al.* (2001), com una conseqüència associada a determinades circumstàncies, com la cerca de l'adolescent d'una major llibertat per prendre les seves pròpies decisions, juntament amb la percepció que aquesta llibertat està amenaçada pels progenitors.

A través dels estudis realitzats en aquest camp, s'ha observat com el gènere i l'edat modulen les relacions entre els membres. Per exemple, els i les adolescents tenen més conflictes amb la mare que amb el pare, però alhora declaren tenir amb la mare interaccions més positives que amb el pare. El nivell de conflictivitat més elevat sembla estar relacionat amb el fet de tenir comunicacions més freqüents i significatives amb un progenitor que amb l'altre: aquest fet no sorprèn si es té en compte que en la nostra societat és la mare la que està implicada més hores en les rutines quotidianes de la vida familiar, així com en els problemes emocionals i interpersonals.

Un altre dels problemes de conflicte que es relaciona amb aquest grup d'edat té a veure amb les diverses perspectives de progenitors i fills sobre la quantitat i grau de control que els progenitors haurien de tenir sobre diferents aspectes de la vida dels i les adolescents. Smetana (1989) ha confrontat les idees de progenitors i adolescents (entre 12 i 19 anys) a propòsit de les àrees que haurien d'estar sota el control dels progenitors, com ara problemes de caire moral, personal i relacionats amb les convencions socials. Els problemes de caràcter moral i els relatius a les convencions socials s'acostumen a mantenir com a àrees legítimes del control parental, però sovint els progenitors volen controlar fins i tot les àrees personals. És, precisament, al voltant d'aquestes qüestions on resulta més probable que es produeixi el conflicte.

1.5. La importància dels processos grupals en la socialització dels infants i dels adolescents: La *GS Theory*, la teoria de la socialització grupal

La majoria dels estudis tradicionals suggereixen que la família és la principal font de socialització dels nostres infants i adolescents. En una revisió realitzada per la psicòloga Judith Rich Harris l'any 1995 es van aportar un cúmul d'evidències suggerint que molts aspectes de la socialització bàsica en la infància i l'adolescència tenen lloc fora de la llar, en el context del grup d'amics. Els processos intra i intergrupals, que no tenen a veure amb les relacions duals, són els responsables de la transmissió de la cultura i de les modificacions ambientals de les característiques de personalitat dels infants. La universalitat de l'existència de "grups d'iguals" explica perquè el desenvolupament no està influenciat per l'extensa varietat de comportaments parentals trobats entre les societats.

L'origen del plantejament que va a portar a pensar que la socialització que els fills rebien dels progenitors tenia poc efectes en el posterior comportament d'aquests, el trobem en una investigació realitzada per Maccoby i Martin (1983). Aquests van concloure dues idees claus: (a) que els aspectes efectius de la socialització dels pares podien variar de forma important d'un fill a un altre en una mateixa família i (b) que els comportaments dels progenitors no tenen efectes (en els fills). Després d'aquestes aportacions fetes pels autors, la majoria dels psicòlegs del desenvolupament s'han centrat en la primera d'elles, mentre que la segona, mai ha estat considerada com una alternativa seriosa.

Harris (1995), va centrar la seva revisió en cercar suport a les dues idees. La conclusió a la que va arribar és que, entre el nombre de famílies que va estudiar, els comportaments dels progenitors no tenen efectes en les característiques psicològiques que els fills desenvoluparan en ser adults. Amb la finalitat de poder explicar aquest resultat, Harris, va proposar una teoria dels grups de socialització – *Group Socialization Theory (GS Theory)*- basada (segons la pròpia autora) en aportacions de la genètica comportamental, en perspectives sociològiques dels processos intra i intergrupals, en recerques psicològiques que mostren que l'aprenentatge és molt específic en relació al context i, en consideracions evolucionistes.

El primer escrit de Harris va aparèixer l'any 1995, però actualment segueix estudiant la importància dels processos grupals en la socialització dels infants i dels adolescents de manera que va fent sovint noves aportacions a la seva teoria (vegeu Harris, 2000; 2001; 2005 i 2006).

Sabem que la família té un paper cabdal en els processos de socialització dels fills. El que no se sap amb certesa quin impacte real tenen els pares en l'educació dels seus fills (Harris, 2003). L'autora assenyala que per explicar aquest fenomen és important tenir en compte els estudis que s'han dut a terme des d'una perspectiva genètica, com ara els estudis relatius a la semblança en la personalitat entre germans que comparteixen la mateixa llar, nens adoptius i germans bessons (vegeu Bouchard, Lykken, McGue, Segal i Tellegen, 1990; Plomin i Daniels, 1987; Scarr, 1992).

Els principals resultats d'aquests estudis s'han basat en correlacions entre parells de persones que comparteixen tots, alguns o cap dels seus gens i els quals han crescut o no en la mateixa llar. Se'n poden extreure dues conclusions: (a) que la meitat de la variància de les característiques psicològiques estudiades era deguda a les diferències de l'herència; i (b) que una petita part de l'altra meitat podria ser atribuïda a l'ambient de les llars en les quals els participants d'aquests estudis van ser criats.

Els estudis genètics del comportament comencen recollint dades –a través de tests d'intel·ligència o de personalitat- de parells de persones, generalment, de bessons o germans adoptius. Això permet posar a prova diferents models matemàtics, que després són utilitzats per dividir la variància calculada de les mitjanes dels tests –les diferències individuals entre els subjectes- en tres, o de vegades, en quatre sectors.

El *primer sector* consisteix en la variància que pot ser atribuïda al fet de compartir gens, és a dir, a l'**heretabilitat**. Generalment, l'heretabilitat explica entre el 40 i el 50% de la variància de les característiques de personalitat, si les mesures són fetes en adults (vegeu McGue, Bouchard, Lacono i Lykken, 1993).

El *segon sector* consisteix en la variància atribuïda al fet de compartir un mateix ambient, és a dir, la llar on han crescut i han estat criats el parell de persones. aquest sector és molt petit si les mesures són fetes amb adults: entre el 0 i el 10% en la majoria d'estudis (Bouchard, 1994; Loehlin, 1992). Les implicacions d'aquestes troballes fan referència a que les semblances entre germans són degudes gairebé per complet al fet de compartir gens. L'ambient que han compartit no els ha fet més semblants.

El *tercer sector* consisteix en mesurar l'error, que representa al voltant del 20% en els tests de personalitat (Plomin, 1990). La variància d'aquest sector normalment no té a veure amb el fet de compartir un mateix ambient (40 i 50% de variància explicada en estudis realitzats amb adults).

Per tant, podem concloure que els estudis genètics del comportament demostren quins aspectes de l'ambient *no* són tan importants. Que, en definitiva, són aquells que són compartits pels infants que creixen junts a la mateixa llar: la personalitat i els ideals dels progenitors, la seva presència o absència a la llar, el nombre de mitjans dels quals disposen a la llar, entre d'altres. En resum, la majoria d'aquests factors associats prèviament amb el terme *ambient*, i associats encara més amb el terme *creixement-criança*, semblen no ser efectius per predir la personalitat dels infants.

Els estudis desenvolupats per Maccoby i Martin (1983) van aportar evidència que els infants que creixen en la mateixa llar amb els mateixos progenitors no són tan similars com s'esperava, malgrat compartir els mateixos gens. Per germans bessons que han crescut en la mateixa llar, les correlacions de les característiques de personalitat són molt baixes. La qual cosa implicava que aproximadament un 30% de la variància no quedava explicada ni pel fet de compartir gens ni pel fet de compartir un mateix ambient a la llar.

A la vista d'aquest resultat, molts dels genetistes del comportament i molts teòrics de la socialització van optar per la primera alternativa proposada per Maccoby i Martin (1983), la qual ens diu que *els aspectes efectius de la socialització dels progenitors varia de manera important d'un fill a un altre en la mateixa família*. La variància inexplicada va ser atribuïda a *les diferències ambientals en la família* (vegeu Daniels i Plomin, 1985; Dunn, 1992; Hoffman, 1991). D'acord amb aquest concepte, cada nen/a en una família habita en el seu únic *nínxol* en l'ecologia de família, i és a dins d'aquests nínxols -o *microambients*- on els aspectes formatius del desenvolupament presumiblement tenen lloc.

Per què créixer en una mateixa llar no fa que els germans siguin iguals? Potser perquè dos infants que creixen en la mateixa llar viuen i experimenten les diferents experiències la llar de manera poc similar. O potser perquè els seus progenitors els tracten de manera diferent. Hi ha moltes possibles explicacions del per què els progenitors tracten als seus fills de manera diferent. McCartney i els seus col·legues (1991) van dividir aquestes raons en diferents efectes: *child-driven* (*manejament dels infants*), *relationship-driven* (*manejament de les relacions*), *parent-driven* (*manejament dels progenitors*) i *family context effects* (*efectes del context familiar*).

Child-driven effects (efectes del maneigament dels nens). Si els progenitors no tracten els fills de la mateixa manera, pot ser perquè els infants per sí mateixos són diferents. Potser un nen/a té una personalitat més tranquil·la o és físicament més atractiu que un altre. Aquesta és una evidència que ens fa pensar que els adults no actuen de la mateixa manera amb un nen/a bonic/a que amb un altre no tan maco (físicament atractiu), o amb un de fàcil o un de difícil o amb un de saludable o un de malaltís. Segons el comportament i l'aparença d'un nen/a sembla ser que evoca una particular reacció dels progenitors o el que s'anomena *efecte reactiu* (també conegut com *efecte evocatiu*). Un efecte reactiu és un exemple de la correlació entre *els gens* i *l'ambient*. Un altre mecanisme dels efectes de maneigament dels nens, que es va proposar per posar de manifest la manca de similituds entre germans que havien crescut junts en una mateixa llar, fa referència a que aquests nens poden experimentar o interpretar els esdeveniments ambientals de diferents maneres (Hoffman, 1991). Per exemple, els progenitors poden tractar els dos nens exactament de la mateixa manera però els nens poden interpretar el comportament dels seus progenitors de manera diferent. De fet, els germans bessons adolescents i adults sovint no ofereixen descripcions similars del clima emocional de la seva infància (vegeu Rowe, 1994). Per tant, aquestes interpretacions diverses de les mateixes vivències i els mateixos esdeveniments podrien ser una evidència de diferents *interaccions entre els gens i l'ambient*.

Relationship-driven effects (efectes del maneigament de les relacions). Aquests efectes fan referència a la unió o desunió entre les característiques dels progenitors i les dels seus propis fills. Per exemple, potser el temperament d'un nen/a no està unit amb les preferències o expectatives dels progenitors. No obstant això, el temperament és un tret determinat genèticament i, per tant, la probabilitat de la unió o desunió amb les preferències dels progenitors és similar pels bessons idèntics però menys similar pels bessons fraternals.

Parent-driven effects (efectes del maneigament dels progenitors). Els progenitors també poden tractar els seus fills de maneres diferents per diversos motius personals. Un progenitor pot tenir una raó particular per afavorir o desfavorir un nen en particular: per exemple, perquè un nen no desitjat, no estava planificat. Una altra possibilitat és que un nen/a sigui tractat de manera diferent pels progenitors, no per les seves característiques, sinó per les característiques del seu germà o germana. Schachter i Stone (1985) van trobar que els progenitors que consideraven el seu primer fill/a com un nen/a "difícil" tendien a categoritzar el segon naixement com a "fàcil" o viceversa.

Family context effects (efectes del context familiar). Hi ha una variable intra-familiar que ens permet distingir entre *les causes del maneigament dels progenitors* dels *efectes del maneigament dels nens*: l'ordre de naixement. A diferència dels estudis amb bessons, els estudis basats en l'ordre de naixement són senzills de realitzar; qualsevol que tingui un germà o germana és susceptible de participar-hi. En pocs mots podem dir que el primer naixement està guiat per la inexperiència dels progenitors els quals no saben molt bé com desenvolupar el seu nou rol mentre que en el segon naixement els progenitors estan molt més relaxats i són molt més competents en la seva tasca (Kreppner, 1992).

Considerant les idees exposades, podem suggerir que, sens dubte, els nens que creixen en la mateixa llar tenen experiències diferents i, a més, aquests desenvolupen personalitats diferents. Els mètodes actuals per l'estudi del comportament basat en la influència genètica no ens permeten distingir les causes dels efectes. No obstant això, les dades obtingudes d'estudis sobre l'ordre de naixement i d'estudis sobre nens que tenen o no germans posen en dubte la hipòtesi que els microambients intra-familiars tenen una influència molt gran en la formació de les seves personalitats.

La teoria a la qual ens hem referit a l'inici d'aquest apartat, **GS Theory**, explica la formació de les característiques de personalitat dels adults en termes de les experiències dels infants *fora de la llar familiar*. S'ha de tenir en compte que aquesta teoria no implica la idea que els infants poden créixer i desenvolupar-se tots sols sense el suport dels seus progenitors. Els nens estan emocionalment lligats als progenitors (i viceversa), són dependents d'ells en termes de protecció i cura, en l'aprenentatge d'habilitats dins la llar que després els seran útils per manejar-se a l'exterior; aquests aspectes no es qüestionen. El que la *GS Theory* suposa és que els nens reben importants influències del seu entorn, tant si els deixem a casa, a l'escola, al barri i en els seus grups culturals i subculturals, però sense els progenitors al seu costat i, aquestes influències afecten el seu desenvolupament de manera rellevant.

1.5.1. L'especificitat del context de socialització

La socialització és un procés pel qual un infant esdevé un membre acceptable de la seva societat. Existeix la creença generalitzada que una font important de socialització en totes les societats és la imitació que els fills fan dels seus progenitors. Els nens, fins l'arribada al període de l'adolescència, imiten als seus progenitors però també imiten els comportaments d'altres persones, com: els dels germans grans (vegeu Zukow, 1989), els d'alguns adults, els d'altres infants o adolescents que no

són membres de la seva família (vegeu Maccoby i Jacklin, 1974) i també els de personatges que poden aparèixer a alguns mitjans de comunicació com la televisió (vegeu Lasater i Johnson, 1994). En aquest sentit, Rowe (1994) va postular l'existència d'un mecanisme adaptatiu innat que portava als infants a aprendre d'algun agent, que precisament no provenia dels progenitors.

Els infants poden aprendre de moltes fonts, tot i que, al mateix temps, aquest aprenentatge prové d'un context molt específic. Les investigacions més recents fan referència a conceptes com "context d'especificitat", "situació d'especificitat" o "dominis d'especificitat" de la conducta apresada. Per tant, tot apunta a que el que els infants aprenen en el context de la seva llar no necessàriament funcionarà fora d'aquesta. Per exemple, mostrar certes emocions dins de la llar són acceptades, fora d'aquesta no ho seran.

Precisament, des de la *GS Theory*, es postula que la socialització és una forma d'aprenentatge que depèn molt d'un determinat context. Els infants aprenen de manera separada com s'han de comportar a casa (o en presència dels seus progenitors) i com s'ha de comportar quan estan fora d'aquesta. Per tant, la seva manera d'aprendre-ho també se suposa diferent: a la llar aquests seran advertits o renyats quan duguin a terme un comportament inapropiat i seran premiats quan actuïn correctament; fora de la seva llar, possiblement, aquests/es seran ridiculitzats pels seus errors i ignorats quan actuïn correctament.

Un exemple clar de "l'especificitat del context de socialització" el trobaríem en aquells infants i/o adolescents que són biculturals, els quals han d'aprendre i conèixer les costums i la llengua de dues cultures (la pròpia i la que els acull). Si el llenguatge que utilitzen a casa és diferent del llenguatge utilitzat en la comunitat, aquests han d'aprendre el nou llenguatge per tal de poder-se relacionar amb el grup d'iguals (vegeu Baron, 1992; Schwartz i Montgomery, 2002). En l'actualitat els infants i els joves es troben entrant i sortint constantment entre dos contextos diferents. Per una banda, el context privat de la llar i, per l'altra, el món exterior a casa seva. Per tant, aquests han d'aprendre què s'espera d'ells i elles en cada context. La *GS Theory* es posicionaria en "el context de socialització fora de la llar". D'acord amb aquesta teoria, la socialització fora de la llar és principalment un *procés grupal*, quelcom més que els processos diàdics entre persones.

Fins aquí hem contextualitzat l'origen de la teoria que proposa Harris, així com quins són els principals estudis ambientals i genetistes en que es recolza la teoria. Passem, tot seguit, a veure

quins són els principals processos de diferenciació categorial intergrupals que intervenen en la socialització i a introduir en què es fonamenta la *GS Theory*.

1.5.2. El nucli de la *GS Theory*: els processos grupals

Harris (1995) considera el *grup* com el nucli de la *GS Theory*, que pot ser definit com:

- Dues o més persones que interactuen entre sí, comparteixen un conjunt de fites i normes comunes que dirigeixen llurs activitats, i desenvolupen un conjunt de rols i una xarxa de relacions afectives (Harré i Lamb, 1986).
- *Dos o més individus que s'influeixen mútuament per mitjà de la interacció social* (Forsyth, 1990).

Segons aquestes definicions, un grup és, en definitiva, un conjunt de persones que es perceben a sí mateixes i als altres com a membres del mateix i comparteixen una identitat social, són interdependents. El grup té una estructura determinada, orientada a la consecució d'unes finalitats individuals i/o grupals i, els seus membres interaccionen i s'influeixen mútuament. Els podem classificar segons *la inclusió o no dels individus*:

a) Grups de referència: serveixen per designar l'origen dels objectius i aspiracions d'una persona a l'hora que li proporcionen els corresponents valors i expectatives, constitueix un punt *d'ancoratge social* per a la seva identitat. Els grups de referència poden ser positius i negatius. Un grup de referència és positiu si és acceptat i s'adopten les normes i models d'aquest grup com a determinants dels comportaments i actituds dels individus que l'han escollit com a marc de referència. Seria un grup al qual es desitja pertànyer, per la qual cosa les actituds i valors de l'individu es veuran influïdes per determinades normes d'aquest grup. No obstant això, els grups de referència negatius són rebutjats. Es tendeix a rebutjar les normes que proposen i es creen normes contràries de forma conscient. Seria un grup al qual no es desitja formar part. La publicitat no sol utilitzar aquests darrers, sinó els grups de referència positius. Kelley (1952) distingeix dos tipus de grups de referència, amb funcions diferents cadascun d'ells, tot i que un mateix grup de referència, pot complir les dues funcions simultàniament.

a.1) *Els grups de referència normatius* defineixen i imposen les normes de l'individu. La seva funció és normativa i motivant i consisteix en l'establiment de les normes per l'individu.

a.2) *Els grups de referència comparatius* serveixen com a criteri per l'establiment de comparacions per part de l'individu per a que valori a altres persones i a sí mateix. Tindrien una funció de caràcter comparatiu i perceptiu, que tindria la finalitat de servir com a punt de referència i el fet de permetre a l'individu autoavaluar-se i valorar als altres.

b) *Grups de pertinença*: es considera aquell al qual pertany veritablement un subjecte. Exerceixen pressió per a que els seus membres s'ajustin a les seves normes.

Per altra banda, dins dels grups trobem el que s'anomena *estructura grupal*. Per estructura grupal s'entenen *les pautes de relacions entre les parts diferenciades del grup*. L'estructura del grup compleix un funció estabilitzadora del mateix, de les seves relacions i de les seves finalitats. I fa referència a les interrelacions entre els membres del grup i les directrius dels seu comportament que els fa funcionar d'una manera ordenada i pronosticable. A més, un individu pot comportar-se mitjançant els *valors d'un grup* perquè l'atrau i vol mantenir relacions amb el mateix, o pot fer realment els valors del grup seus. Els productes més influenciables a partir del procés de comparació són aquells que tenen una forta càrrega simbòlica i expressiva (per exemple, els cotxes, la roba i les noves tecnologies). S'ha demostrat que la similitud entre influenciador i influenciat augmenta la credibilitat de la font: així quan el venedor s'assembla al consumidor en alguna característica la seva influència és més eficaç.

Segons Harris (1995) aquestes són les principals característiques del comportament d'un grup:

(a) *Favoritisme intra-grupal (In-group favoritism)*. Els membre d'un grup prefereixen al seu grup abans que a cap altre. Aquest fet va ser comprovat per Tajfel (1970) a través d'un senzill experiment. Va agafar a un grup de nois (sexe masculí) que es coneixien els uns als altres per l'escola i els va portar al seu laboratori. Els va separar en dos grups (sota el criteri dels "sobrevaloradors" i els "infravaloradors") i va poder comprovar com cada grup donava més recompenses al propi grup que no pas a l'altre. En un experiment posterior (Billig i Tajfel, 1973) es va demostrar que no era necessari crear un criteri imaginari per dividir els grups. Es podia explicar explícitament als participants que els assignaments es feien a l'atzar i aquests encara seguien afavorint al propi grup.

(b) *Hostilitat fora del grup (Out-group hostility)*. Algunes vegades la tendència a afavorir el propi grup pot anar acompanyada de certa hostilitat (enemistat) cap a un altre grup. Hi ha diversos estudis que així ho mostren. Els dos més clàssics són: per una banda, l'estudi de Zimbardo (1972) sobre "els

presoners i els guardians” i, per l'altre, l'estudi de Robbers Cave realitzat amb grups de joves pertanyents a un campament d'estiu (Sherif, Harvey, White, Hood i Sherif, 1961).

(c) *El contrast intergrup al (Between-groups contrast)*. D'acord amb Wilder (1986), les diferències entre els grups apareixen sense cap altre raó aparent, que el fet que dos grups es relacionin. És a dir, les persones semblen actuar per incrementar la magnitud de les diferències entre els grups. Les persones en qüestió són els membres dels propis grups.

(d) *Assimilació intragrupal (Within-group assimilation)*. En els grups d'infants, les normes grupals sovint s'imposen ridiculitzant als no conformistes del grup (Adler, Kless i Adler, 1992). Pels grups de nois més grans, la “pressió dels iguals” no sol ser necessària. En els experiments d'Asch (1987) sobre el conformisme dels grups, no va ser necessari aplicar la pressió dels iguals entre els nois participants de la mateixa edat.

(e) *Diferenciació intragrupal (Within-group differentiation)*. Els individus que han creat un grup no són idèntics, ni intercanviables. Dins d'un mateix grup hi ha diferències respecte l'estatus social i la dominància. En els grups sempre trobarem (normalment) una persona que la resta identificarà com a líder i aquesta condició i estatus podrà anar canviant al llarg del temps.

1.5.3. Teories sociocognitives dels processos grupals

Malgrat la recerca ha reconegut al llarg del temps la importància de la comparació social per l'autoavaluació durant l'adolescència, és cert que la majoria dels estudis s'han focalitzat en la comparació que té lloc entre els individus més que entre grups (vegeu Manger i Eikeland, 1997; Marsh *et al.*, 2000). Una petita part del cos de la recerca basada en la tradició de la *Teoria de la Identitat Social* (Tajfel i Turner, 1979) va començar a mostrar com els adolescents realitzaven comparacions socials a nivell grupal per autoavaluar-se (vegeu Palmonari *et al.*, 1989; Tarrant, 2002).

Les explicacions teòriques del comportament dels grups inclouen, tal com acabem d'exposar, el fet paradoxal referent a que els membres del grup esdevenen similars els uns als altres (*assimilació*) i, al mateix temps, diferents (*diferenciació*).

Una de les teories que pot donar una explicació coherent a aquest fenomen és la *Teoria de la Identitat Social* (o TIS) la qual considera que l'autoconcepte està influenciat pels membres del nostre grup social. D'acord amb la teoria, la categorització del self com a membre d'un grup particular (l'*endogrup*) per definició exclou necessàriament alguns individus que es defineixen com part de l'*exogrup*. Un de les conseqüències del procés de categorització té a veure amb el fet que els individus tendeixen a avaluar el seu grup de forma positiva, fet que s'assoleix a partir dels processos de comparació social entre grups. A partir de l'avaluació més favorable de l'*endogrup* sembla ser que els individus són capaços d'assolir una identitat social i una autoestima positiva (Abrams i Hogg, 1988; Branscombe i Wann, 1994).

La necessitat de tenir una identitat social positiva va més enllà de les avaluacions basades en el grup i, al mateix temps, sembla subratllar les atribucions que els individus fan del comportament de grups diferents al propi. La recerca en aquest sentit ha identificat tres principals dimensions relatives a aquestes atribucions (vegeu Islam i Hewstone, 1993). La primera dimensió és el que s'anomena *locus of control* o lloc de control i té a veure amb si el comportament és percebut pels membres del grup sota el seu propi control (disposició interna) o si és atribuït a un factor extern (situacional). La dimensió de *locus of stability* (lloc d'estabilitat) considera el grau en què els membres del grup creuen que la causa del seu comportament pot ser atribuïda a les característiques estables del comportament del grup. Finalment, la dimensió *locus of globality* (lloc de globalitat) considera el grau en què els membres del grup creuen que la causa del seu comportament pot ser atribuïda a les característiques globals del grup.

Les recerques realitzades sobre les atribucions de l'*endogrup* indiquen que els comportaments positius del grup són atribuïts, majoritàriament, a causes internes, estables i globals i, els comportaments negatius són atribuïts a causes externes (Islam i Hewstone, 1993; Joseph *et al.*, 1997).

Algunes investigacions que han examinat les percepcions que els adolescents tenen de l'*endogrup*, aporten resultats en la línia de les prediccions que fa la TIS. Un exemple el podem veure en la recerca de Tarrant (2002) en la que es va demanar a un grup d'adolescents que realitzessin comparacions entre el seu grup d'amics i un altre grup al qual no pertanyien. En aquest cas, els adolescents oferien avaluacions més favorables del seu propi grup atorgant-li característiques més positives, com l'honestedat o la popularitat. A partir d'aquestes troballes, podem hipotetitzar que hi ha relació entre la identitat social i la discriminació: aquells adolescents que més s'identificaven amb el

seu grup d'amics avaluen l'endogrup de forma més positiva (vegeu també Tarrant *et al.*, 2001; Tarrant *et al.*, 2004; Tarrant i North, 2004).

Una altra aportació que se centra en l'estudi dels comportaments grupals és la *Teoria de l'Autocategorització* proposada per Turner (1987). Postula que la gent es pot categoritzar a sí mateixa de diferents maneres i a tres nivells: el supraordenat (*l'ésser humà*); un nivell intermig de tipus *grupal*; i un nivell subordinat en el que la categorització es realitza a nivell *personal*. L'autor planteja que existeix un continu en l'autocategorització del self que aniria des de la més personal (màxima diferenciació entre el self i els membres del propi grup) fins a la grupal (màxima similitud amb el propi grup i màxima diferenciació amb altres grups). El que provoca moviment en aquest continu, i determina quina autocategorització és la més adequada, és la relativa importància de determinades categories socials. La importància de les categories socials i, per tant, l'autocategorització que farà una persona, varia amb el temps i en diferents contextos. Ve determinada per una comparació. Una o més categories apareixen simultàniament, tant de manera real com de manera simbòlica. Per exemple, la categoria social *adult* esdevé més rellevant amb la presència de membres de la categoria *infants*; o la categoria *dona* esdevé més rellevant quan apareix la *d'home*.

Quan els individus es categoritzen a ells mateixos com a membres d'un determinat grup, s'identifiquen amb el grup i n'adopten les normes, les creences, la conducta apropiada i les actituds. Aquest seria el procés que abans hem anomenat *assimilació intragrupal*. La *diferenciació* es dona quan la gent es categoritza a sí mateixa com a individu. Aquests dos processos no són excloents entre ells. La identitat grupal i la identitat individual no són eleccions dicotòmiques, sinó ans al contrari, aquestes poden operar simultàniament la majoria del temps.

Segons Turner (1987), el que condueix aquests processos és el fet de voler millorar o mantenir la pròpia *autoestima*. Generalment, la gent està motivada per autoavaluar-se de forma positiva, per tant, una persona que s'hagi categoritzat, per exemple, com *una dona companya d'estudis* estarà motivada a avaluar a aquest grup de forma positiva.

Dues altres teories socio-cognitives que esdevenen rellevants per explicar aquests processos són la *teoria de l'autoavaluació* de Tesser (1988) i la *teoria de la distinció òptima* de Brewer (1991). La teoria de Tesser (1988) explica com la gent en els grups (sobretot petits grups com les famílies) creen pròpies identitats diferenciant-se de la resta només en aquells aspectes que són importants per a

ells. I la teoria de Brewer (1991) es basa en la idea que la gent pot reconciliar les necessitats oposades pels processos d'assimilació i diferenciació.

1.5.4. Principis de la GS Theory

La GS Theory es basa en els principis que es poden observar en el Quadre 2.

Quadre 2.- Principis de la Group Socialization Theory

Components	Principis de la GS Theory
Context específic de socialització i desenvolupament personal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Els infants aprenen de manera independent com comportar-se a la llar i com fer-ho a fora. 2. Quan els infants es fan grans, el sistema de comportament adquirit fora de la llar esdevé preferent al sistema de comportament après a la pròpia llar i passa a formar part de la personalitat adulta.
Fonts de socialització fora de la llar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Els primats estan predisposats, per raons evolutives, a afiliar-se i a adaptar-se a un grup. 2. Els humans tenim l'habilitat de poder-nos identificar amb més d'un grup; la identificació amb el grup depèn del context social. 3. El grup amb el qual s'identifica un infant quan és fora de casa és el grup d'iguals. És a dir, un grup de persones que comparteixen una sèrie de característiques com l'edat, el sexe, l'ètnia i (en l'adolescència) habilitats i interessos. 4. La identificació amb un grup comporta tenir les mateixes normes i actituds. Aquest fet és un procés intragrupal que resulta de l'assimilació, a través de la qual els membres del grup esdevenen més similars entre ells.

.../...

.../...

Quadre 2 (continuació)

Components	Principis de la GS Theory
Transmissió de la cultura a través dels processos grupals	<ol style="list-style-type: none"> 1. Els progenitors no transmeten la seva cultura directament als seus fills. La cultura és transmesa des dels grups d'iguals dels progenitors (i per altres fonts culturals) fins al grup d'iguals dels fills. 2. Els fills transfereixen els comportaments apresos a la llar al grup d'iguals només si aquests són compartits i aprovats per la majoria dels membres del grup d'iguals. Els infants que provenen de llars "atípiques" no transfereixen els seus comportaments atípics al grup d'amics. 3. Els grups d'iguals creen la seva pròpia cultura seleccionant i rebutjant diferents aspectes de la cultura adulta i creant les seves pròpies innovacions culturals. Durant la infància, els infants es mouen a través d'aquestes cultures creades per ells mateixos.
Els processos entre grups que eixamplen les diferències entre grups	<ol style="list-style-type: none"> 1. El favoritisme i l'hostilitat en el grup deriva de mecanismes adaptatius adquirits a través de l'evolució, tant en humans com en d'altres primats. 2. En els humans, aquests processos produeixen efectes de contrast entre els grups, els quals eixamplen o creen diferències entre l'endogrup i l'exogrup.
Els processos entre grups que eixamplen les diferències entre individus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les jerarquies d'estatus en un mateix grup existeixen en tots els grups de primats. Les diferències d'estatus tendeixen a persistir i, en el cas dels humans, tenen efectes en la personalitat. 2. La comparació social entre els grups d'iguals aporten als noi/es informació respecte els seus punts febles i forts.
Assimilació i diferenciació	<ol style="list-style-type: none"> 1. La identitat del grup esdevé més rellevant quan hi ha altres grups presents. 2. L'assimilació i la diferenciació es poden donar a l'hora. Els adolescents poden tenir coses similars amb el seu grup d'iguals, al mateix temps, que són diferents en d'altres coses.

1.5.5. Processos de diferenciació categorial: la formació de grups en la infància i l'adolescència

Un dels primers passos en la formació de grups és el procés de categorització de les persones en diferents grups. Sembla ser que els humans ens basem en tres aspectes bàsics per categoritzar a d'altres humans: l'edat, el sexe i la raça (Fiske, 1992). Els infants en edat pre-escolar, no obstant això, no semblen tenir en compte l'aspecte racial, però l'edat i el sexe són tinguts en compte des de molt aviat (Hirschfeld, 1993). Hi ha evidències que els infants, abans de complir l'any, fan distincions categòriques entre homes i dones (Leinbach i Fagot, 1993) i entre adults i infants. En aquest període també apareixen signes de preferència d'atracció de les altres persones cap a ell/a (Diamond, LeFurgy i Blass, 1993). En complir un any, els infants s'interessen i són atrets per altres infants, encara que no els hagin vist mai abans i, per contra, comencen a desconfiar dels adults que no coneixen (Eckerman i Didow, 1988). I, als dos anys, comencen a mostrar preferència pels infants del seu mateix sexe (Fagot, 1985).

Per bé que les costums per criar a un infant i les pautes d'interacció entre progenitors i fill/es varien considerablement entre les diferents cultures, el joc dels infants en grup és un fet universal. Segons diferents investigacions (Edwards, 1992; Maccoby, 1990), si el nombre d'infants d'una determinada localitat és petit, el grup de joc està format per nens i nenes d'ambdós sexes i de diferents edats; però si el nombre d'infants és més quantios, els infants se solen dividir en grups separats en funció de la seva edat i del seu sexe. En el cas dels grups formats per nenes, se solen dividir en grups de dos o tres persones les quals comparteixen determinades categories socials definides pel sexe, l'edat o altres factors locals rellevants (el barri, l'escola, ...) (Halliman, 1992). Per tant, el que esdevé rellevant és la categoria social o el "grup psicològic" (Turner, 1987).

En contrast, en l'adolescència la segregació per sexes desapareix. Els adolescents utilitzen diferents criteris per dividir-se en grups més reduïts. Els grup d'iguals en aquest període es formen sobre la base a diferents interessos o habilitats compartides.

Recapitulant el que hem dit fins ara i, d'acord amb la *GS Theory*, podem expressar que la socialització fora de la llar en les societats industrialitzades té lloc en *el grup d'iguals* a través de la segregació dels grups segons el sexe en la infància i la segregació del grups en funció dels interessos i habilitats compartides en l'adolescència. En definitiva, aquests grups estan formats per individus els quals es categoritzen a sí mateixos seguint uns mateixos criteris, formant **grups**

psicològics (la definició que fa podria ser-ne també de *socialització*): “un grup psicològic es defineix com un grup que és psicològicament significant pels seus membres, al qual els seus membres se senten identificats subjectivament per tal de fer comparacions socials i per tal d'adquirir normes i valors... a través del qual fan les seves pròpies normes i creences respecte les conductes i actituds apropiades... i el qual influeix en les seves actituds i conductes” (Turner, 1987, pp. 1-2).

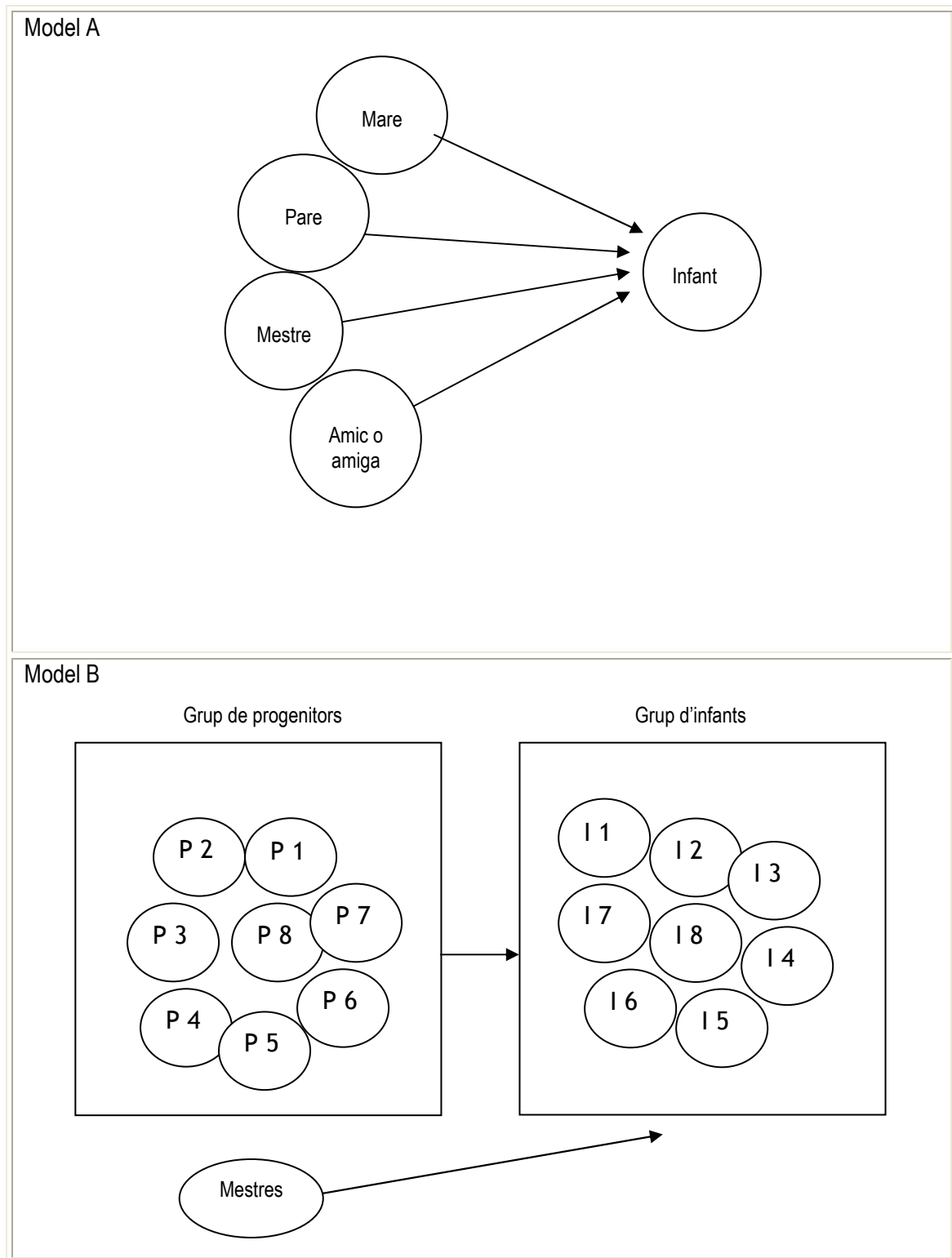
1.5.6. La transmissió cultural

Existeixen diferents postures per entendre la transmissió de la cultura del món adult al món dels infants, és adir, d'una generació a l'altra. En la Figura 2, es representen dues maneres d'entendre aquesta transmissió:

- ☑ El model A, proposa que els infants poden adquirir el coneixement cultural i el seu comportament a través de diferents fonts; aquesta transmissió és d'individu a individu (model proposat per Rowe, 1994).

- ☑ El model B, proposa que la transmissió de cultura entre generacions és de grup a grup: des del grup de progenitors al grup de fills (model que proposa la *GS Theory*).

Figura 2.- Models de transmissió cultural del món adult al dels infants



1.5.6.1. El grup d'iguals dels progenitors

D'acord amb el model B mostrat en la Figura 2, no només els infants s'influencien els uns als altres sinó que els progenitors també ho fan entre ells. En concret, s'influencien entre ells amb el que té a veure amb els models de criança dels fills. No obstant això, aquestes pautes de criança variaran molt d'una generació a l'altra.

El grup d'iguals de les mares, també conegut com *xarxes de suport entre mares*, transmeten informació i normes socials en la tasca de fer de progenitores (Salzinger, 1990). Les mares que no tenen aquesta xarxa de suport es troben amb més dificultats a l'hora de realitzar el seu rol de cuidadores i són més propenses a no respectar les normes i, a utilitzar formes d'abús físic cap als fills. Aquestes xarxes poden incloure familiars o amics llunyans, però principalment estan constituïdes per progenitors de la mateixa classe social que viuen en un mateix barri i els seus fills solen anar a la mateixa escola. Per tant, es pressuposa que aquests progenitors compartiran uns mateixos mètodes educatius i uns mateixos valors (Corsaro, 1994).

1.5.6.2. El grup d'iguals dels infants

El recorregut de la transmissió cultural, com es mostra en el model B de la Figura 2, va des del grup de progenitors al grup d'infants (fills). La majoria dels infants que tenen un grup d'amics tenen progenitors que també comparteixen un grup d'amics. Per tant, molts dels comportaments i actituds que un infant o adolescents aprèn a la seva llar també pot ser après pels altres nens i adolescents del grup d'amics.

D'acord amb la GS Theory, qualsevol comportament o actitud compartit per la majoria dels nens en el seu grup és accessible per tot el grup. Així, per exemple, si la majoria dels nens aprenen a parlar algun idioma o si estan acostumats a menjar amb cullera i forquilla a casa seva, probablement aquests parlaran en l'idioma que estan aprenent i menjaran amb cullera i forquilla en el menjador de l'escola. El resultat d'aquestes influències socials sembla confirmar que la cultura es transmet des dels pares, els professors o els mitjans cap a cada nen individual. No obstant això, i d'acord amb la teoria, la transmissió no és un procés directe: la transmissió cultural a cada nen passa primer pel filtre del grup de nens.

Ara bé, esdevé difícil provar aquesta hipòtesi en aquells nens que provenen de famílies que comparteixen una mateixa cultura ja que és complex diferenciar quan els nens aprenen el seu comportament o actituds a la seva llar o amb el grup d'iguals. Considerem, a tall d'exemple, el cas d'un nen que no té les mateixes costums o llenguatge que el seu grup d'amics. Bickerton (1983) va observar aquest procés en els nens que provenien de famílies immigrants de Hawaii. La generació de pares provenien de diferents països i no tenien un llenguatge comú. Per comunicar-se els uns amb els altres va utilitzar el que en anglès es denomina *pidgin* (un llenguatge rudimentari que no tenia preposicions, articles, formes verbals ni un ordre de les paraules estandarditzat). Cada persona parlava el *pidgin* de manera diferent, en funció del seu llenguatge natiu. Aquest nou llenguatge va anar evolucionant fins a ser del tot comprensible i tenir construccions gramaticals complexes. Els fills dels immigrants el parlaven i no el van aprendre dels seus progenitors, sinó que va ser desenvolupat pels propis infants. El llenguatge *pidgin* que parlaven els pares variava en funció de la seva nacionalitat però els infants d'una mateixa cohort parlaven el mateix llenguatge.

Aquest fet mostra que la construcció d'un nou llenguatge, com pot ser l'emprat en l'ús dels mitjans (com, per exemple, els missatges breus del telèfon mòbil) no s'aprèn a partir de transmissió cultural dels pares sinó que és un llenguatge que es crea dins del grup d'iguals. I aquest llenguatge es transmet entre els diferents grups d'adolescents que comparteixen aquesta tecnologia.

1.6. Les anomenades cultures mediàtiques adolescents

En aquest apartat exposarem com s'han anat configurant al llarg del temps algunes de les actualment anomenades "cultures o per diferents autors "subcultures adolescents". Veurem com aquestes cultures sovint es poden identificar ja en el grup dels infants, creant les primeres agrupacions culturals a l'escola. Les diferents cultures adolescents identificades en els països occidentals (com per exemple, els hippies, els skinheads o els skaters) han estat un reflex de les experiències vitals viscudes en cada moment. Les investigacions mostren que les cultures adolescents sovint són identificades i definides com un "element clau" dels inicis de certs canvis socials i culturals. Així, les cultures mediàtiques adolescents es poden entendre com una expressió de la revolució tecnològica i de la societat acceleradament canviant en la que s'estan socialitzant actualment els adolescents.

També ens referirem a l'ús que els adolescents fan dels mitjans audiovisuals quan estan en companyia dels amics. En aquest sentit, Suoninen (2001) ens presenta els resultats obtinguts en una investigació realitzada en 12 països, basada en dades quantitatives i qualitatives, amb nens de 6 a 7 i de 9 a 10 anys i amb adolescents d'entre 12 i 13 i 15 i 16 anys. L'autora explora com els mitjans audiovisuals estan connectats amb la interacció amb els amics –dins i fora de casa- en la vida de nens i adolescents europeus. Concentra les seves anàlisis en quatre grans temes que han emergit de la recerca qualitativa: 1) com els mitjans són utilitzats amb els amics, 2) com els mitjans ofereixen temes comuns per interactuar, 3) com els equipaments i els productes electrònics són un símbol d'estatus, i 4) com s'estan creant noves cultures juvenils.

Per acabar, farem al·lusió al consum dels mitjans audiovisuals per part d'aquest sector de la població. La recerca més clàssica sobre els mitjans audiovisuals ha estat focalitzada en la família com a unitat natural de consum per l'òbvia raó de que molts equipaments audiovisuals els trobem localitzats a les llars i el seu ús sol ser domèstic. En alguns estudis amb aquest enfocament, s'ha posat de manifest com els mitjans i el seu ús tenen diverses funcions socials en la vida familiar (Lull, 1990; Morley, 1986; Silverstone, 1994). El rol del grup d'iguals en el consum i l'acceptació dels mitjans en la gent jove ha estat estudiat força recentment, tot i que tant els amics com els mitjans audiovisuals són dos importants agents de socialització. Frones (1987) considera que la "competència comunicativa" ha esdevingut la principal competència social en la societat de la informació i, tant els amics com els mitjans audiovisuals, desenvolupen un rol central en la creació i la pràctica d'aquesta competència. Autors com Buckingham (2002) o Hodge i Tripp (1986), consideren

que el grup d'iguals té, per una banda, un important impacte a l'hora d'escollir els mitjans amb els quals s'interactuarà i, per l'altre, juga un important paper en el procés d'acceptació dels mateixos.

1.6.1. Cultures i subcultures adolescents

En les societats occidentals, els adolescents sovint han posat en marxa activitats i moviments a través dels anys que han estat considerats elements que conformen el que coneixem com les *cultures adolescents*. Es concep que les cultures adolescents i les cultures infantils, per les diferents activitats que es realitzen en cadascuna d'aquestes etapes del desenvolupament, són diferents. Mentre que el món dels infants se centra principalment en el joc, les cultures adolescents generalment són representades socialment com a inconformistes, canviants i rebels (Kehily, 2003).

Les primeres agrupacions culturals les podem trobar en els infants en el marc escolar. En aquest sentit, alguns autors identifiquen en diferents nens d'edat escolar la formació de cultures infantils. Per citar un exemple, a la dècada dels 80, Pollard (1984) va analitzar com els nens d'entre els 8 i els 12 anys d'una escola d'Anglaterra s'autocategoritzaven en diferents subgrups. Uns es definien com els "goodies" (la traducció a l'anglès seria "els dolços") que es caracteritzaven per tenir un actitud positiva cap a l'escola; altres s'anomenaven "jokers" ("els graciosos") també bons en actituds acadèmics però que destacaven més per les seves aptituds esportistes; i el tercer subgrup se'l coneixia com els "gangs" ("els dolents") que eren els menys èxit acadèmic tenien. Aquest estudi de Pollard (1984) suggereix que els infants a l'escola configuren diferents grups que es defineixen per aspectes que tenen a veure amb les seves aptituds acadèmiques, esportives o pels tipus de jocs que realitzen.

Existeixen un ampli ventall de recerques que consideren que els adolescents constitueixen un grup cultural diferent. Aquests estudis, sovint, mostren les diferents formes en que aquests participen en la societat i, conclouen que, és a partir del concepte de *cultures adolescents* on les activitats que duen a terme els adolescents esdevenen visibles. Aquestes diferències venen marcades pels diferents interessos, valors o aspiracions. Els investigadors que han estudiat aquest conjunt d'activitats i comportaments dels adolescents en les societats occidentals, de vegades han utilitzat el concepte de *subcultura* per comprendre les *cultures adolescents* des de la pròpia perspectiva dels adolescents (O'sullivan *et al.*, 1994; Thornton, 1997). Anteriorment, les subcultures juvenils de les bandes van ser conceptualitzades pels interaccionistes simbòlics de l'Escola de Chicago els anys 20 i 55. El prefix *sub* en aquest terme, significa que aquests grups tenen una posició subordinada a la cultura social.

Els membres que formen les subcultures, sovint, es perceben a ells mateixos i, són alhora percebuts pels altres, com a diferents o oposats a la cultura general.

Cohen (1955) va ser un dels primers investigadors que va explorar les *subcultures* i la forma en que aquestes entenen el funcionament social. Per a Cohen, una subcultura emergeix quan un grup de persones amb preocupacions similars s'uneixen per trobar-hi solucions. A través de les seves interaccions, els membres d'una subcultura comparteixen formes similars de comprendre la vida i aporten solucions col·lectives als problemes que experimenten. En aquest procés, es produeix un allunyament entre les subcultures i la cultura dominant.

Si retrocedim en el temps fins a la nostra infància o adolescència i pensem en les diferents cultures i subcultures que existien en aquell moment, ens adonarem que aquestes depenen del període en el que hem crescut i d'altres factors socioculturals del moment. *Però, què succeeix amb les cultures actuals? Si fóssim adolescents, formariem part d'algun grup?*

En aquest punt, considerem important parlar de les noves cultures que estan emergint en aquesta era d'expansió dels mitjans audiovisuals i les noves tecnologies per totes les esferes de la nostra societat. Diverses cultures tradicionals sovint han nascut al voltant d'un determinat estil musical o d'un artista, penetrant per totes les esferes de la vida i creant sòlides subcultures. Una de les tecnologies que ha penetrar amb més força entre les *cultures mediàtiques adolescents* contemporànies és, sens dubte, el telèfon mòbil. Podríem dir que ha aparegut una *subcultura del telèfon mòbil* entre els adolescents, ja que aquests han creat a partir de les seves interaccions una sèrie de normes i noves formes de relació i comunicació que els atorguen un estatus que els permet diferenciar-se de la resta de grups. Aquestes cultures i subcultures solen ser més comunes entre els adolescents perquè estan a la cerca d'una identitat i estil més individual. Aquest tipus d'identitat, que podríem anomenar *patchwork identity*, és típica de la cultura postmoderna on els "subjectes independents treballen la seva identitat" (Ziehe, 1991).

En un estudi qualitatiu sobre el rol dels mitjans en les relacions amb els iguals de nens i adolescents de Finlàndia, Espanya i Suïssa Suess *et al.* (1998), van trobar algunes diferències entre països en la temporalitat en la que s'observen cultures dels fans. Les cultures dels fans semblen tenir una especial importància dels 9 als 10 anys a Finlàndia, del 12 als 13 a Suïssa i dels 15 als 16 anys a Espanya. Sembla ser que les cultures dels fans tenen més importància en l'etapa en què els nens

guanyen més independència dels seus progenitors i quan es mouen entre les cultures adolescents i la construcció de la seva identitat individual.

Possiblement un tret característic de les *cultures mediàtiques adolescents* de finals del segle XX i inicis del XXI, és la importància que han adquirit les modes entre els grups d'adolescents més joves, mentre que entre els grups més grans es tendeix a posar l'èmfasi en desenvolupar una identitat individual (Kehily, 2003). L'elecció individual i les preferències enfront els mitjans juguen un important paper en aquestes identitats quan la gent jove construeix les seves pròpies esferes personals de la vida. A més, el rol i el significat de *l'amistat* canvia a través de les diferents subcultures, ja que una persona es pot identificar amb moltes subcultures i molts grups d'amics –alguns de la vida real i d'altres de la virtual- simultàniament.

1.6.2. Ús dels mitjans audiovisuals amb els amics

La freqüència d'ús dels mitjans amb els iguals varia considerablement entre un país i un altre i d'acord amb el tipus de mitjà, així com amb l'edat i el gènere dels adolescents. Tot i les diferències entre països, hi ha una cosa que és comuna per tots ells: la gran majoria dels nens i els adolescents prefereixen la companyia dels amics que la companyia dels mitjans. Per descomptat, utilitzar els mitjans amb els amics és una acció més satisfactòria, ja sigui com a joc simbòlic, una manera de divertir-se o, simplement, perquè els amics tenen els mateixos gustos o interessos.

No obstant això, els mitjans poden emplenar un buit quan els joves estan sols; podem actuar com "un amic" oferint-los contacte social en forma **d'interacció parasocial** (McQuail, 1983). Nombrosos investigadors destaquen el paper actiu que desenvolupa l'individu enfront els mitjans, fins al punt que és capaç d'interactuar amb el contingut dels missatges, i amb els personatges que en ells apareixen. Aquesta interacció de l'espectador amb el personatge o protagonista del missatge implica, o bé una certa "identificació", o bé el "reconeixement", el que suposa una interactuació amb el personatge com si fos un conegut de la vida quotidiana.

En un estudi anterior (Malo, 2004) es va poder mostrar com els adolescents que són fills únics entren el telèfon mòbil més freqüentment que els adolescents que tenen germans, empenant *simbòlicament* el buit generacional de la fratria. Els adolescents d'entre 12 i 16 anys sense germans es mostraven més interessats per aquesta tecnologia en comparació amb els que tenien germans. Aquesta constatació està relacionada amb la hipòtesi formulada originalment per Fortunati i

Manganelli (2002) anomenada *Hipòtesi de la Germandat Virtual*. Efectivament, el telèfon mòbil ha fet possible que els adolescents mantinguin i, de vegades, expandeixin, la seva xarxa comunicativa (i social), sovint de manera sorprenent. En realitat, el mòbil ha permès que els adolescents *construeixin una espècie de germandat virtual* que es transmet no amb el fet de viure junts, sinó a través de la paraula oral o escrita, mediatitzada per aquest aparell. Els joves poden saber, minut a minut, el que fan els uns i els altres en llocs separats d'on es troben. A aquesta generació de fills únics, el telèfon mòbil els permet reemplaçar, almenys de manera virtual, als germans que no tenen.

En alguns països, utilitzar els mitjans amb els amics és una activitat freqüent de la vida quotidiana, mentre que en d'altres només té lloc durant el cap de setmana o les vacances. Aquestes diferències culturals poden ser explicades per la quantitat de temps que passen els joves amb els iguals. Per entendre la importància del grup d'iguals en les diferents cultures, Souninen (2001) va dividir els països europeus estudiats en tres grups per tal d'avaluar el temps lliure dels infants i dels joves amb les següents preguntes: a) quant de temps passen els nens i els adolescents amb els amics i amb la família?; b) quantes vegades els progenitors posen restriccions als seus fills a l'hora de sortir de casa?; c) en quina mesura creuen els infants i els adolescents que tenen llibertat per sortir quan ells volen?

D'acord amb aquestes variables, Flandes, Espanya, França i Itàlia podien ser classificades com *cultures tradicionals orientades cap a la família*: en aquests països més de la meitat dels nens i una cinquena part dels adolescents passaven el seu temps lliure majoritàriament amb la família, en moltes famílies hi havia restriccions a l'hora de sortir de casa, i els adolescents sentien que no tenien prou llibertat per sortir quan ells volien. Per contra, Finlàndia, Suècia, Holanda i Dinamarca es podien classificar com *cultures orientades cap als iguals*, ja que menys d'una cinquena part dels infants i només un 10% dels adolescents passaven el seu temps lliure amb la família, hi havia poques restriccions per sortir de casa, i els adolescents pensaven que tenien més llibertat. Israel, Alemanya, Anglaterra i Suïssa representaven *cultures moderadament orientades cap a la família*: en aquests països els infants estan força orientats cap a la família (però menys que els de les *cultures tradicionals orientades cap a la família*) i els adolescents estaven força orientats cap al grup d'iguals (però menys que els de les *cultures orientades cap als iguals*).

En aquesta recerca es van trobar algunes raons que podien explicar per què alguns mitjans audiovisuals eren més utilitzats que d'altres entre els amics. Alguns mitjans els proporcionaven més diversió i satisfacció que altres: llegir és una activitat típicament íntima, mentre que els mitjans de

pantalla són més fàcils de compartir. Per altra banda, el nombre d'usuaris pot tenir a veure amb el contingut dels mitjans. Per exemple, un programa de televisió és el mateix tant si és vist en solitari com si és vist amb algú més, però no és el mateix jugar a un joc d'ordinador si és compartit amb algú que jugar en solitari contra la màquina. Així mateix, alguns mitjans subjectes a un determinat espai, mentre que d'altres es poden desplaçar per qualsevol espai. Alguns mitjans com la televisió, el vídeo, els jocs per ordinador i els mitjans comunicatius (telèfon i Internet) són sovint utilitzats en companyia dels iguals. També s'observa com les preferències entre els adolescents per aquests mitjans no són les mateixes: si els jocs electrònics són més part de la cultura dels nois, el telèfon mòbil forma més part de la cultura de les noies adolescents (Suoninen, 2001).

1.6.3. Converses i jocs a través i al voltant dels mitjans audiovisuals

Parlar sobre els mitjans i el seu contingut és una de les maneres com els mitjans estan presents en les relacions interpersonals amb els amics, bo i afectant aquestes relacions. Intercanviar mitjans entre els amics també pot tenir un rol força important en les seves relacions; gaudir d'una xarxa d'intercanvis és una via efectiva per accedir a una important varietat de mitjans audiovisuals.

La televisió és possiblement el mitjà del que més parlen els infants i els joves en general. Les dades d'un estudi realitzat a Anglaterra, Finlàndia, Alemanya, Israel i Itàlia posen de relleu com un 74% dels adolescents i un 57% dels nens parla sobre la televisió amb els amics. S'ha observat com la proporció dels que en parlen augmenta amb l'edat, sense observar-se clares diferències de gènere. La manera en que es parla sobre la televisió pot reflectir-se amb formes diverses: algunes vegades un grup d'amics comenta alguna pel·lícula divertida o interessant, escena per escena, i d'altres és necessari conèixer determinades frases o acudits extrets d'alguna sèrie popular per tal de poder entendre i poder participar en la conversa amb els iguals.

Altres vegades els programes de televisió són utilitzats per parlar sobre situacions de la vida real i sobre coses que són presents en la vida quotidiana dels joves o que probablement formaran part del seu futur pròxim (Livingstone i Bovill, 2001). Aquest tipus de discussions i converses es poden classificar dins les categories dels usos socials de la televisió que Llull (1980) anomena *facilitació de la comunicació* o *aprenentatge social*, i que també es troben sovint en la interacció entre progenitors i fills. Moltes vegades, entre els joves, parlar sobre la televisió esdevé un joc: després de veure la televisió, les històries són reescrites, reinterpretades i, a vegades, recreades (Hodge i Tripp, 1987).

A més de la televisió, hi ha d'altres mitjans que juguen un rol diferent en les relacions amb els iguals. Els llibres, per exemple, juguen un paper en les relacions en funció del país i de la popularitat del llibre en aquest país. Els llibres i les revistes són especialment importants en la cultura dels iguals de les noies. Els jocs, per altra banda, són una part important en la cultura dels iguals dels nois. També, parlen amb els amics sobre els ordinadors en general més que les noies. Les converses sobre els ordinadors i els jocs d'ordinador giren al voltant de diferents aspectes: en primer lloc, parlen sobre el *hardware* i el *software*. En segon lloc, la conversa pot esdevenir en una discussió o una mena de classe tutorial al voltant d'aquesta tecnologia. I, en tercer lloc, la conversa té lloc durant el moment en que l'estan utilitzant o en qualsevol altre moment. Aquesta pluralitat de tipus de conversa és particularment típica per als jocs d'ordinador i els ordinadors, ja que els altres tipus de conversa sobre altres mitjans giren al voltant del seu contingut i normalment té lloc després del seu ús.

1.6.4. Els equipaments i els productes audiovisuals com a símbols d'estatus

Els infants i els adolescents són molt conscients sobre els valors d'estatus que hi ha connectats a determinats objectes: saben que determinats objectes són importants per a ells perquè tots els seus amics els tenen o que tenir determinades coses que no són molt comunes però que són molt valorades poden fer-los adquirir importància entre el grup d'iguals. Pels nens més joves, les joguines i la roba són els objectes que els atorguen més estatus; pels adolescents, l'estatus està freqüentment més lligat als productes més cars com un mòbil d'última generació o el darrer model de videoconsola.

La roba, les joguines, els CDs, els jocs, i altres objectes entren i surten de la moda, però els equipaments audiovisuals tenen un cicle en la moda diferent: depenen d'uns valors relacionats amb l'estatus. És a dir, alguns mitjans nous poden ser considerats per alguns joves com a "ridículs" adquirint aquests un "estatus negatiu". Ara bé, a mesura que els adolescents es fan conscients de les seves avantatges, aquests aparells es converteixen en objectes desitjables, i quan aquests objectes esdevenen un element comú per la gent, perden el seu valor. Per exemple, a l'inici de l'aparició del telèfon mòbil, alguns joves podien considerar que els primers que el portaven estaven fent el ridícul ja que aquesta tecnologia es considerava útil només per un grup específic de gent (com els empresaris) o bé consideraven que era una despesa econòmica inútil. Amb el pas dels anys i l'expansió d'aquest aparell, els joves es van sentir atrets per la multiplicitat de funcions que volien realitzar i per valorar les avantatges que aquest aparell els proporcionava. Un cop el mòbil ha passat a formar part de la vida quotidiana de molts joves del món, ha anat perdent "valor" ja que el seu ús i disponibilitat s'ha normalitzat i la varietat de models existents és enorme. L'ha perdut perquè se suposa que tothom

n'ha de tenir però, a l'hora, qui no el té podem dir "que està fora de la moda" o fins i tot pot ser discriminat pel seu grup d'iguals.

1.6.5. Els adolescents, els mitjans audiovisuals i el consum

En el marketing i en l'àmbit de la recerca del consum sovint s'empren les teories sobre la *socialització en el consum* com un punt de partida teòric quan s'estudia com els consumidors, especialment els infants i els adolescents, adquireixen els valors, les actituds i les habilitats relacionades amb el consum (John, 1999). Els infants no neixen amb l'habilitat de consumir. En el *procés de socialització com a consumidor*, l'infant va adquirint habilitats, coneixements i actituds necessàries per a funcionar en el mercat (Ekström, 2006).

La *socialització dels infants* proporcionarà una base sobre la qual construiran les experiències posteriors durant el desenvolupament de les seves vides. Aquestes experiències seran reforçades i/o modificades a mesura que el nen/a va creixent fins a l'edat adulta. Els infants van adquirint les seves normes de comportament de consum en observar als seus progenitors, que funcionen com a models, en tant que els preadolescents tendeixen a veure als seus pares i germans com a les principals fonts de normes per l'aprenentatge bàsic de consum i els adolescents solen buscar entre els seus amics i amigues aquests models.

Les teories de la socialització en el consum apunten que existeixen múltiples agents de socialització, com ara la família, els mitjans, els amics, l'escola i, més generalment, el context cultural (John, 1999). Les recerques sobre la socialització en el consum dels infants i adolescents, tendeixen a atribuir un paper fonamental als membres de la família quan aquest consum es considera com a *desitjable*, mentre que el consum dels mitjans audiovisuals i la influència del grup d'amics s'associa sovint amb una socialització en el consum *no desitjable*, com per exemple, el consum materialista (Moore i Wilkie, 2005). No obstant això i, seguint els arguments de Vereecken *et al.* (2005), no creiem oportú generalitzar aquesta aproximació ja que molts altres comportaments de consum no desitjats, com ara una alimentació poc saludable (*fast food*), moltes vegades és potenciada pels progenitors.

Els consumidors joves i adults negocien les relacions, les identitats i el seu estil de vida a través del seu consum. Triant quin tipus de productes consumeixen i quins no, els consumidors mostren la seva identitat, qui són i qui volen ser. En aquest sentit, Hjort i Ekström (2006) afirmen que els consumidors estan participant activament en la "construcció del consum". El consum està esdevenint un camí per

ser *inclòs* o *exclòs* de la societat. Els infants i adolescents d'avui en dia viuen en un món global dels mitjans, trobant missatges similars que els adults per Internet, però les seves oportunitats de consumir no són les mateixes (vegeu Hjort, 2004). La manca d'accés als multimèdia pot esdevenir un risc de no ser admès o de ser exclòs d'un grup social. Aquest fet esdevé especialment rellevant durant l'adolescència ja que formar part d'un *grup* és summament rellevant per als processos de socialització, tal i com hem anat exposant a través de la tesi de Harris (1995) al llarg d'aquest capítol.

Els **grups** tenen una enorme influència sobre la conducta de consum. Els adolescents compren aquells productes que els ajuden a sentir-se identificats amb el seu grup de referència d'iguals per tal de sentir-se acceptats. La conformitat o la influència del grup de referència sobre l'individu té uns límits també en la *conducta de compra*, que depenen de la persona, la situació i el producte o marca en qüestió. Existeix un cert consens (Moore i Wilkie, 2005) en diferenciar dues dimensions que poden ajudar-nos a comprendre la influència que el grup de referència, en aquest cas el d'iguals, exerceix sobre el consumidor adolescent:

- a) *El grau de conspicuïtat*: depèn de si el producte és exclusiu o no. En el primer cas direm que el producte és luxós, en el segon que és necessari. Quan un producte és luxós la influència del grup de referència sobre l'adquisició del mateix és elevada.
- b) *La dimensió privat-públic*: depèn del grau en que l'ús del producte és visible per als altres. Quan un producte és d'ús públic la influència del grup de referència en escollir la marca del mateix augmenta.

Quan s'introdueix al mercat un nou objecte de consum pot passar que, al principi, sigui exclusiu d'un quants consumidors amb possibilitats econòmiques, que l'utilitzen per diferenciar-se socialment dels altres. Però el seu consum s'expandeix (*contaminació social*) i l'objecte deixa de ser un símbol de posició social (*pèrdua d'estatus*). Aquest producte ha conclòs el seu cicle, però d'altres el substitueixen. Sens dubte, avui en dia el telèfon mòbil es troba dins d'aquest cicle. Va començar a ser un símbol d'estatus per a les persones que es dedicaven a importants negocis i ha acabat penetrant entre totes les capes socials, destacant las dels més joves de les nostres societats. Fins al moment, no ha aparegut cap altre aparell electrònic que hagi penetrat amb tanta intensitat i rapidesa dins les esferes dels més joves. Fins el punt que ha fet que el seu predecessor –el telèfon fix- sembla que estigui desapareixent de la vida dels joves.

A més del tipus de producte, existeixen altres factors que incideixen en la influència que el grup de referència exerceix en la compra d'un producte (Moore i Wilkie, 2005):

c) *Percepció del grup*: com més atracció senti el subjecte cap al grup i més elevat sigui el seu nivell de cohesió, major serà la seva conformitat. El nivell de cohesió d'un grup depèn de la similitud que existeix entre aquest i l'individu.

d) *Risc associat al producte*. El risc sempre és subjectiu. La compra d'un producte sempre comporta un risc econòmic, psicològic i físic, ja que les conseqüències de la seva compra no poden anticipar-se amb total exactitud. En el cas de l'adquisició d'un telèfon mòbil per part dels adolescents, el principal risc econòmic molt sovint el pateixen els progenitors (que són els que habitualment paguen les despeses); per altra banda, el risc psicològic el solen patir els adolescents en el sentit que poden arribar a manifestar certa dependència o addicció a l'aparell; i, finalment, el risc físic el patiria la pròpia persona que usa el mòbil de diferents formes (alguns estudis plantegen que les ones que desprèn el mòbil poden provocar tumors, així com ser causants d'accidents de trànsit per distracció).

e) *Necessitat individual d'aprovació social que depèn d'aspectes lligats al benestar personal* (els subjectes amb baixa autoestima tenen més necessitat d'aprovació social) o el grau d'hedonisme (els subjectes amb menor grau d'hedonisme es conformaran més al grup per aconseguir majors beneficis per part del mateix).

Un altre concepte clau en aquest procés de consum és la **influència personal**. La podríem definir com *l'efecte o el canvi en les actituds d'una persona, com a resultat de la comunicació amb altres*; més concretament, en el terreny del consum s'entén per influència personal l'efecte que les opinions expressades per una persona té sobre la conducta d'una altra persona (Moral, 2005). Una favorable informació *de persona a persona* és més efectiva de cara a la persuasió que una potent campanya publicitària, ja que una informació favorable pot fer que es dispari la venda del producte i una informació negativa pot crear una inhibició en els compradors. Per tant, la influència personal resulta ser més creïble, a més de disminuir el risc econòmic i social.

Globalment, podríem dir que la *comunicació personal* a l'hora de comprar i consumir productes és important pels aspectes següents:

- a) Els consumidors adopten aquesta comunicació com a seria i digna de confiança, la qual cosa els serveix a l'hora de realitzar compres, prenent millors decisions.

- b) En contrast amb els *mass media*, els contactes personals suposen suport social, a més de proporcionar imatge d'acceptació de la compra.
- c) La informació que conté sovint és recolzada per la pressió dels grups socials amb l'objectiu de forçar l'obediència amb les recomanacions.

No obstant això, els grups humans mai són simplement una agregació de persones sinó que constitueixen una estructura que implica rols de relació i dependència. Els grups no només influeixen al consumidor en la presa de decisions, en alguns casos són ells els qui prenen les decisions. Aquest és el cas de la família, la qual és vista com una unitat d'anàlisi per molts estudiosos del consum i el marketing (Moore i Wilkie, 2005). Com hem vist abans, les investigacions sobre el consum familiar tenen com a objectiu descriure i comprendre com els seus membres interactuen els uns amb els altres en terme de compra individual, familiar i de la llar.

Finalment, voldríem destacar les idees aportades per Gómez i Blanco (2005) en relació a les representacions socials dels infants en la publicitat televisiva. En aquest estudi es posa de manifest que els infants són percebuts com a potencials consumidors adults, sobre els que les companyies pretenen suscitar una relació de lleialtat que els acompanyi al llarg de tota la seva vida (McDougall i Chantrey, 2004). Per tant, a llarg termini, es pretén crear un mercat futur, tant pels productes que consumeixen els nens actualment i que consumiran els adults que seran demà (es parla de les *comfort brands* com a marques que van utilitzar els pares durant la infància i a les que es lliguen vincles emocionals positius), com per tota una gamma de productes pels que l'infant, degut a la seva capacitat econòmica limitada a determinats articles, és –a més d'un actor influent– un futur consumidor (Muriel i Nueno, 2004).

1.7. Consideracions finals

Hem començat aquest capítol parlant de les diferents teories sobre els mitjans audiovisuals que s'han desenvolupat des de la psicologia. A l'inici de les investigacions sobre els mitjans de comunicació, els principals estudis es focalitzaven en una perspectiva molt simplista centrada en el pensament estímul-resposta. Gradualment, aquest focus es va anar desplaçant des de la perspectiva de l'emissor cap a la del receptor, tal i com s'apunta en la teoria dels usos i les gratificacions.

Cap als anys 80, es va produir un important gir en el sentit que algunes disciplines científiques van deixar de considerar als infants com unes persones vulnerables per esdevenir subjectes actius i competents. Més recentment, ha crescut l'interès entre els investigadors de les ciències socials per l'estudi de les relacions entre els infants i els adults en el camp dels mitjans audiovisuals. No obstant això, en la dècada dels 90 varen sorgir diverses perspectives d'estudi amb idees contraposades sobre la influència dels mitjans i les tecnologies en la vida dels infants i adolescents. D'entre elles, en aquesta tesi adoptem una postura més *integrada*, en el sentit que considerem que les NTICs poden ser importants fonts d'aprenentatge i socialització tant entre el grup d'iguals dels adolescents com entre els adolescents i els seus progenitors.

Un altre aspecte que hem considerat rellevant tractar en aquest capítol té a veure amb diferents perspectives teòriques sobre l'ús i la disponibilitat del telèfon mòbil. Seguint les propostes de Peterson i Ling (2002), una primera línia teòrica se centra en el *procés de difusió o expansió* d'aquesta tecnologia per explicar els comportaments dels diferents usuaris. D'altra banda, la teoria de la *disponibilitat* es basa en diferents teories individuals i socials per explicar el procés de presa de decisió de disponibilitat de telèfon mòbil per part dels usuaris. La tercera línia teòrica anomenada *domesticació* seria la que més estudis disposaria en relació a l'ús i la disponibilitat del telèfon mòbil i, sobretot, presenta gran varietat de recerques aplicades a l'estudi de la missatgeria de text. La darrera perspectiva d'estudi, la teoria de *l'apparatgeist*, a la que ens hem referit està representada, sobretot, per Katz i Aakhus (2002) i aquesta se centra en els significats que la gent construeix al voltant de les NTICs (i del telèfon mòbil) i en el desig innat de les persones d'estar connectades les unes amb les altres.

També hem volgut destacar com la infància (i també l'adolescència), com a categoria socialment construïda, ha patit durant molts anys una important diferenciació categorial per part dels adults, ja sigui proporcionant-li excessiva protecció i conseqüentment fent-la més vulnerable o considerant-la

com una categoria formada per subjectes *encara no* preparats ni competents per entendre el món dels adults. Com hem apuntat, aquestes representacions socials (encara presents en la nostra societat) fan difícil que els adults entenguem com els *encara no* poden tenir un major domini en alguns aspectes considerats important en la vida, com l'ús dels mitjans.

Hem fet un breu recorregut pels diferents models de socialització, inicialment centrats en les relacions unidireccionals i posteriorment les bidireccionals per acabar posant l'èmfasi en els models de socialització més psicosocials centrats en les relacions i les interaccions entre les persones. Des d'aquest punt de vista, queda palès que la socialització va més enllà de les relacions entre pares i fills i que inclou altres agents tant importants com els mitjans audiovisuals i els amics.

En relació amb la importància del grup d'iguals com a font de socialització, la teoria del desenvolupament (GS Theory) defensada per Harris (1995), creiem que aporta noves idees molt interessants, ja que són abundants els estudis que assenyalen la importància dels amics per a l'òptim desenvolupament psicosocial dels adolescents. A més, en l'entorn mediàtic en qual ens trobem actualment immersos se sap que és amb els iguals on més s'aprèn i s'utilitzen les NTICs.

En el segon capítol ens centrarem en algunes de les principals troballes dels estudis realitzats al voltant del telèfon mòbil entre els adolescents, tant el marc europeu com en l'àmbit espanyol.

Capítol II

L'impacte de la telefonia mòbil en les cultures adolescents en perspectiva psicosocial

Aquest segon capítol té per objectiu fer una revisió dels diferents estudis que s'han desenvolupat fins a l'actualitat a l'entorn de la disponibilitat i l'ús de telèfon mòbil entre la població adolescent. Malgrat que la majoria d'aquestes recerques són de caire sociològic i s'han realitzat fonamentalment en països europeus, creiem que són un important punt de partida per poder contextualitzar les dades més psicosocials que s'analitzaran en aquesta tesi.

Presentem, en primer lloc, un breu recorregut històric per situar al lector en els orígens de la telefonia mòbil, centrant el nostre interès en l'àmbit espanyol. Presentem algunes dades que il·lustren l'expansió de la telefonia mòbil entre la població espanyola i, sobretot, entre els adolescents. En el segon apartat, aportarem dades descriptives relatives a la penetració de la telefonia mòbil entre els adolescents de l'Estat Espanyol i dels països de la Unió Europea.

En tercer lloc, presentem les principals troballes referents a la investigació que s'ha realitzat al voltant de l'ús i la disponibilitat del telèfon mòbil entre els adolescents de diferents recerques d'àmbit nacional. En concret, presentem dades obtingudes a Catalunya en relació a dos tipus de variables: les contextuals, que fan referència a l'ús i la disponibilitat i les motivacionals, referents a aspectes com la dificultat o facilitat per viure sense el mòbil o l'autoavaluació sobre la informació i l'interès mostrat per aquesta tecnologia. Tot seguit, mostrem dades provinents d'estudis realitzats a d'altres Comunitats Autònomes, en concret, a l'Aragó i a Navarra. En aquestes recerques també es contemplaran algunes dades referents a la opinió que els progenitors i, en el cas de Navarra també dels professors, tenen en relació a aquesta NTIC.

En el quart apartat, es presenten algunes investigacions d'altres països centrades en l'estudi de la telefonia en la població adolescent, accentuant principalment tres aspectes: la penetració del mòbil a cada país, la perspectiva dels adolescents en relació a aquest aparell i la dels seus progenitors. Els set estudis que presentarem són dels països següents: Alemanya, Bèlgica, Finlàndia, Gran Bretanya, Holanda, Noruega i Rússia. Aquest darrer apartat serà clau per poder comparar les nostres troballes amb les obtingudes per investigadors d'altres països i així poder suggerir que el fenomen de la telefonia mòbil entre els adolescents està esdevenint un fet global i que estan emergint noves cultures i (sub)cultures al voltant d'aquesta NTIC i que s'estan modificant les pautes de comunicació entre generacions.

Per acabar, presentem un darrer apartat amb les consideracions finals d'aquest segon capítol recollint els principals aspectes psicosocials identificats en les recerques nacionals i a d'altres països sobre la telefonia mòbil en l'adolescència.

2.1. Introducció: breu història sobre l'origen del telèfon mòbil

Des de que Volta va comprovar els fenòmens elèctrics a principis del segle XVIII, tota una silenciosa i poderosa revolució tecnològica l'ha succeït. El 1834 Morse inventava un meravellós sistema per enviar informació (per "comunicar") basat, sobretot, en un codi, i a més en un aparell elèctric que enviava i rebia informació codificada. Aquest aparell fou inventat molt després d'altres sistemes de comunicació molt antics com les senyals de fum, dels focs, dels coloms missatgers, dels telègrafs òptics, dels texts (en pedra, en papyrus, en paper), de la impremta, dels llibres, dels diaris, ... en definitiva, de tant artefacte (artefacte significa "fet amb art") inventat per l'ésser humà per enviar informació i per comunicar-se entre sí.

Posteriorment van venir més desenvolupaments: Graham Bell patentant a Chicago el telèfon (veu a distància) el 1876; Marconi va resoldre el 1900 el problema d'enviar informació unidireccional sense fils, de la qual cosa se'n van derivar la ràdio i la televisió, és a dir, els mitjans de comunicació social unidireccionals que actualment constitueixen, segons paraules de Lorente (2002b), no només una realitat sinó una font permanent de conflicte social pel poder, fins i tot polític, que han adquirit.

Però no només la comunicació, sinó que, la informació ha estat una altra preocupació de l'espècie humana: des de les pedres de Stonehenge, 3000 A. C., les calculadores manuals, els "dits" per comptar..., fins que l'electrònica va possibilitar l'ENAC, el primer ordinador, al 1946.

A partir de la dècada dels 70 del segle XX, tot això anterior convergeix, tot es fusiona, informàtica amb telecomunicacions, i aquestes amb els mitjans de comunicació social, conformant una única i mateixa tecnologia electrònica per a servir a les necessitats de la informació i la comunicació. Aquí és on **neix el telèfon mòbil** i la missatgeria escrita per mòbil. Fill del telèfon de Bell, per transmetre veu; fill del telègraf de Morse, per transmetre text; i fill de la ràdio de Marconi, per transmetre veu i text de manera inalàmbrica. I, podem afegir, fill del primer ordinador ENAC, perquè el trànsit en la xarxa cel·lular dels mòbils constitueix en sí mateix un gegant ordinador multiespacial i distribuït. Així doncs, estem davant l'artefacte tecnològic més senzill i complex alhora, que possiblement més impacte ha tingut en la vida quotidiana i en les relacions interpersonals (juntament amb Internet) en el sí de l'anomenada societat de la informació.

Si ens centrem en el **context espanyol** (Novè Seminari sobre Mitjans, 2004), sabem que el primer servei que es va utilitzar data de l'any 1976. En aquells moments la cobertura es reduïa a les ciutats

de Madrid i Barcelona. Els equips eren molt pesats i necessàriament van haver de ser instal·lats als vehicles, per això se'ls anomenava TAV (Telèfon Automàtic en Vehicles). El seu ús estava restringit al personal directiu de la CNTE (l'actual telefònica) i a alts càrrecs de l'Administració pública.

El següent pas es va donar l'any 1982. Amb motiu del Mundial de Futbol es va posar en funcionament el primer sistema de telefonia cel·lular. Es va anomenar TMA-450 (Telefonia Mòbil Automàtica a 450 MHz). El sistema utilitzava uns terminals força voluminosos encara, però tenia un agafador que permetia extreure el receptor de l'automòbil i mantenir una conversa a l'exterior. L'any 1990 aquest sistema s'havia estès a les cinquanta províncies espanyoles superant-se els 54.000 abonats.

El juliol de 1995 va començar a operar el sistema GSM (*Sistema Global per a les comunicacions Mòbils*) de la mà de Telefònica i sota el mercat de Movistar. Uns mesos més tard, a l'octubre, neix Airtel que va suposar la primera vegada que Telefònica no estava operant com a monopoli a Espanya. Al gener de 1999 naixia un tercer operador, Amena.

La tercera generació de la telefonia mòbil va veure la llum sobre el paper ja que es van concedir les llicències UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) el març de 2000. Quatre foren les adjudicatàries, les tres ja existents amb tecnologia GSM i una nova anomenada Xfera Mòbils.

L'any 2003 va finalitzar amb 37 milions de línies de telefonia mòbil operatives a Espanya. A mitjans de febrer de 2004 s'inicia la comercialització del sistema UMTS però sense terminals, només amb unes targetes susceptibles d'incorporar-se a l'ordinador portàtil i que permeten connectar-se a Internet i només des de les capitals de província. Finalment, l'abril de 2004 Telefònica Mòbil llença al mercat els primers terminals capaços d'utilitzar el sistema UMTS.

Al nostre país, el mercat de la telefonia mòbil es reparteix entre tres empreses: Telefònica (57,5% del mercat de mòbils espanyols l'any 2002), Vodafone -antiga Airtel- (24,7%) i Amena (17,8%). Telefònica va començar a operar amb el sistema analògic (moviline), a principis dels anys 90, mentre que Vodafone ho va fer el 3 de febrer de 1995 i Amena el 25 de gener de 1999. En un primer moment, en el de la seva aparició, fou considerat un privilegi de persones amb alts càrrecs (executius) per acabar estenent-se a la resta de sectors de la població, on actualment els adolescents són els pioners d'aquest fenomen, que alguns autors han batejat sota el nom de **telefonitis** (Naval, Sábada i Bringué, 2003).

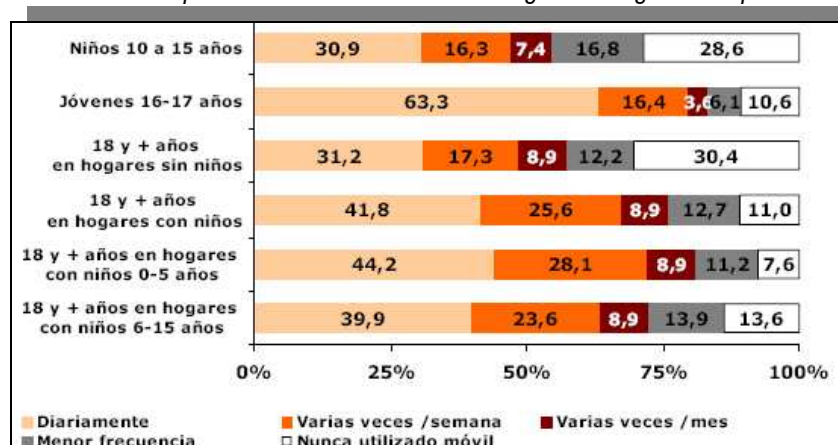
2.2. La penetració de la telefonia mòbil entre els adolescents a l'Estat Espanyol i als països de la Unió Europea

Com hem apuntat en l'apartat anterior, un dels segments de població que mereixen un especial interès quant a taxes de penetració de telefonia mòbil, és el dels **adolescents**. El 2004, quasi la totalitat de llars espanyoles amb nens i adolescents fins als 15 anys disposaven de telèfon mòbil (92,8%), taxa que disminueix fins al 71,9% quan a les llars no hi ha nens o adolescents (Red.es, 2005). En el segon semestre de 2005, més de la meitat dels nois i noies d'entre 10 i 14 anys disposava d'un telèfon mòbil (54,3%). Segons el *gènere*, podem observar que són les noies d'aquestes edats les que amb major percentatges (61,3%) disposen d'aquest aparell en comparació amb els nois (47,3%). Per tant, la popularitat del telèfon mòbil és major entre les noies que els nois. Aquesta mateixa tendència es manté en joves d'edats una mica superiors.

Dades més recents de l'INE (2008), posen de manifest que el 65,8% dels infants i dels adolescents d'entre 10 i 15 anys disposen de telèfon mòbil, observant-se majors percentatges de disponibilitat a mesura que augmenta l'edat. A partir dels 16 anys fins els 24, el percentatge d'ús del telèfon mòbil és gairebé del 100% (98,1%). Segons aquesta mateixa font, el 66,7% dels infants i dels adolescents d'entre 10 i 15 anys disposen de telèfon mòbil a Catalunya, essent aquest percentatge superior al total d'Espanya (65,8%). Segons l'IDESCAT (2008), el 88,6% de les llars catalanes disposen de telèfon mòbil.

Segons l'informe Redes.es (2005), la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil a Espanya mostra freqüències d'ús més o menys elevades en tots els segments de població estudiats (Gràfica 1).

Gràfica 1.- Freqüència d'ús del telèfon mòbil segons el segment de població

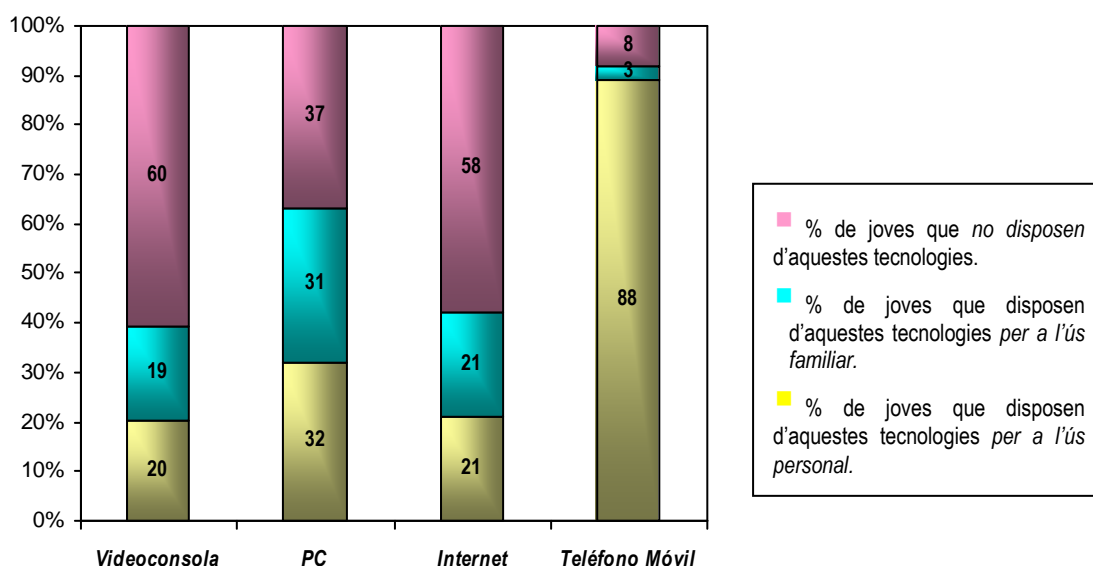


Font: Red.es (2005)

Dins del grup dels elevats o moderadament elevats nivells d'ús del mòbil, les menors freqüències es registren entre els adults en llars sense nens –entre els quals un 69,6% ha utilitzat el mòbil en alguna ocasió i un 31,2% l'utilitza diàriament-, així com en el segments d'adolescents (10-15 anys) entre els que el 71,4% ha emprat un telèfon mòbil alguna vegada, essent el seu ús diari entre el 30,9% dels nens.

Des de l'*Observatorio de la Juventud en España* de l'INJUVE (Instituto de Juventud) recentment s'ha publicat un monogràfic *Juventud en Cifras, Ocio y Tiempo Libre* (2007) que ens aporta algunes dades referents als percentatges de disponibilitat d'algunes NTICs per part de la gent jove espanyola amb edats compreses entre els 15 i els 29 anys (Gràfica 2).

Gràfica 2.- Disponibilitat NTICs per part dels joves entre 15 i 29 anys a Espanya



Font: INJUVE, Informe Juventud en España 2007

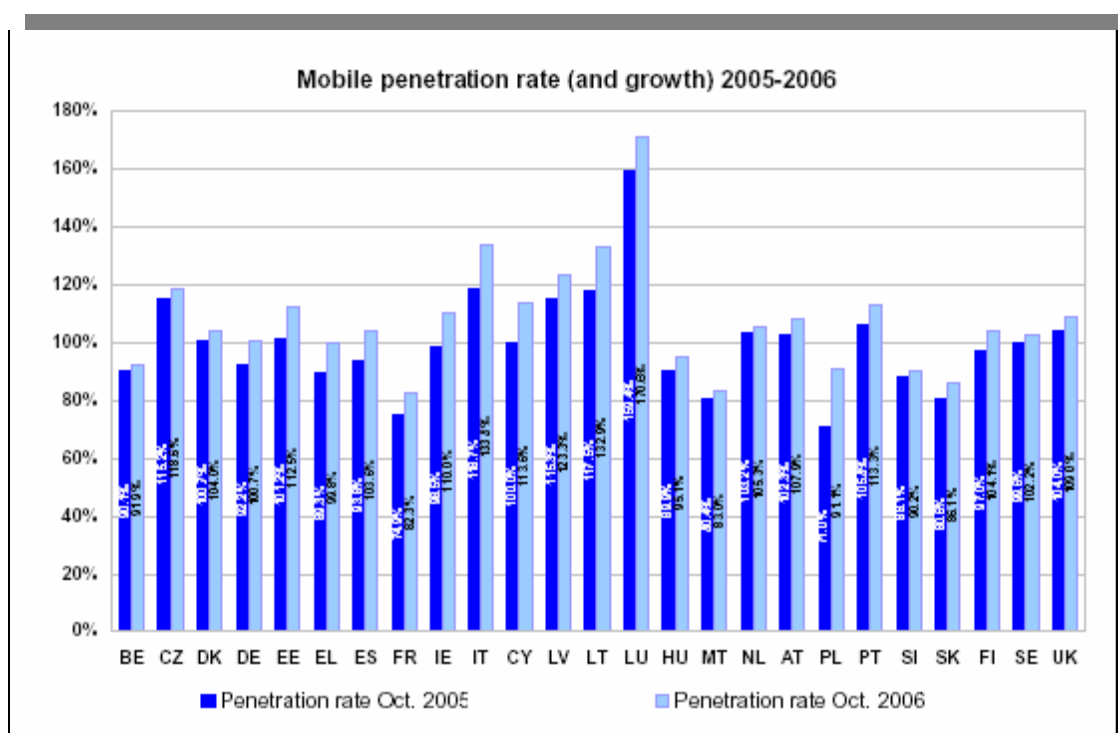
Per a cada tipus de tecnologia es presenten els percentatges de disponibilitat sobre el total de la població jove a Espanya. En el cas del telèfon mòbil s'observa gairebé el 90% dels joves d'entre 15 i 29 anys disposen d'aquest aparell *per al seu ús personal*. Un 3% en disposa *per a l'ús familiar* i, només un 8% del total de la mostra manifestat *no disposar* d'un telèfon mòbil propi. A més, en estudiar la població espanyola d'entre 15 i 29 anys es va observar que eren les noies més joves (fins els 24 anys) les que en major freqüència manifestaven disposar d'un telèfon mòbil.

Altres dades, indicatives per sí mateixes de l'elevat grau de generalització de l'ús del telèfon mòbil a Espanya, posen de manifest que pràcticament el 90% dels joves d'entre 16 i 17 anys han utilitzat el

mòbil en alguna ocasió i, el 63% d'aquest mateix segment d'edat l'utilitza diàriament. El 89% dels adults que viuen en llars amb nens l'han utilitzat en alguna ocasió i, a prop del 42% ho fa diàriament. De fet, els adolescents d'entre 10 i 15 anys utilitzen el mòbil a diari en la mateixa proporció que ho fan els adults que viuen en llars sense nens (Red.es, 2005).

Segons l'informe Red.es (2007), la penetració de la telefonia mòbil a Espanya (104% a l'octubre de 2006) està just per sobre de la mitjana de la UE (103%) tal i com es pot observar en la Gràfica 3. El trànsit de la telefonia mòbil representa ja el 43% de tot el trànsit de veu.

Gràfica 3.- Penetració del telèfon mòbil als països de la Unió Europea entre 2005 i 2006



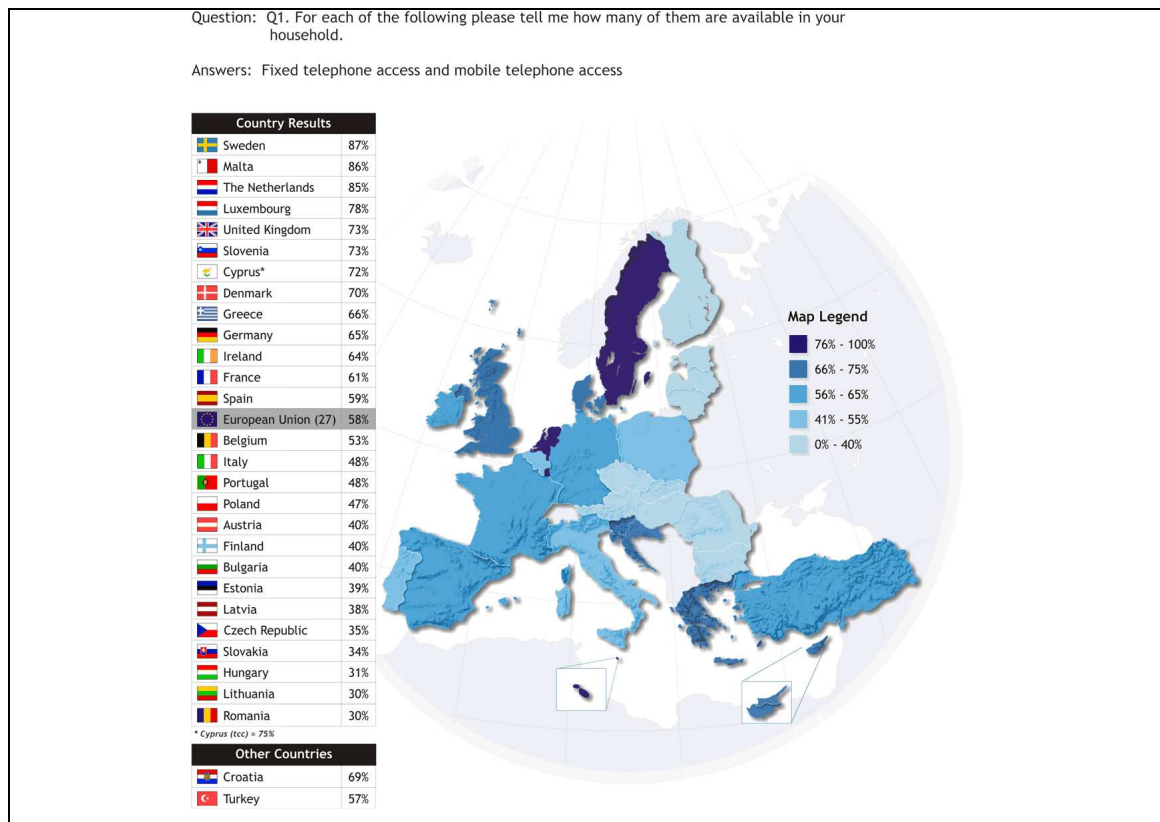
Font: Red.es (2007)

Per acabar, les dades recollides al *Special Eurobarometer 274* publicat l'abril de 2007 (Gràfica 4), posen de manifest com el 95% dels habitants dels 27 països que componen actualment la Unió Europea disposen de telèfon a les seves llars ja sigui fix, mòbil o d'ambdós tipus. Com podem apreciar a la Gràfica 5, el 59% de les llars espanyoles disposen de telèfon fix, mòbil o d'ambdós tipus.

Una altra dada interessant que es recull en l'esmentat informe, té a veure amb l'opinió que tenen els usuaris sobre les *avantatges del telèfon mòbil*. La majoria dels països de la UE consideren que el telèfon mòbil ha millorat les seves vides. Un 37% dels enquestats manifesten que el major benefici de disposar d'un telèfon mòbil té a veure amb la possibilitat d'estar localitzable en qualsevol lloc i en qualsevol moment. Aproximadament una tercera part (33%) indica que la seguretat de realitzar una trucada quan es necessita ajuda és la principal avantatge. I, un 18% destaquen la llibertat de realitzar trucades en qualsevol moment i qualsevol lloc.

L'edat dels enquestats sembla tenir una important influència quan se'ls demana pels beneficis de disposar d'un telèfon mòbil. Així, la possibilitat d'estar localitzable en qualsevol lloc i en qualsevol moment és l'avantatge més assenyala pels joves d'entre 15 i 39 anys en comparació amb els adults d'entre 55 i més anys. Per altra banda, l'aspecte de la seguretat és apreciat gairebé de forma equitativa en les diferents categories d'edat analitzades, malgrat que en la franja d'edat dels 15 als 39 anys el percentatge és menys elevat (31%, respecte el 32% pels adults de 25-39 anys; el 35% pels adults de 40-54 anys i el 37% pels adults de 55 en endavant).

Gràfica 4.- Percentatge de disponibilitat de telèfon (fix o mòbil) als països de la UE el 2007



Font: Special Eurobarometer 274 (2007)

2.3. La investigació sobre l'impacte psicosocial de la telefonia mòbil en la població adolescent d'Espanya i de Catalunya

La implantació de la telefonia no és tan sols un fenomen tecnològic i econòmic, sinó que sobretot és un fenomen social i cultural que té una importància si més no equivalent a la d'altres tecnologies de la informació i la comunicació. Segons Beaton i Wajcman (2004) sembla ser que existeix poc interès per la recerca de les implicacions socials, culturals i psicològiques d'aquesta implantació des de l'àmbit acadèmic i que, en comparació amb d'altres tecnologies com Internet, el volum d'estudis de mercat és molt superior al de les anàlisis sociològiques i psicològiques.

La recerca sobre l'impacte psicosocial de la telefonia mòbil presenta un cert retard, fins i tot en aquells països on la socialització del telèfon mòbil és més primerenca (Austràlia, USA, Japó, Noruega i Finlàndia). en el cas d'Espanya l'aportació investigadora es troba encara en una fase incipient (Aguado i Martínez, 2006). Més enllà dels informes elaborats per operadores i fabricants, cal destacar una excepció en l'enquesta publicada per De Miguel i Barbeito (1997) que, no obstant això, presenta similituds metodològiques i estructurals amb el tipus d'estudis de mercat disponibles actualment.

En poques paraules, la investigació a Espanya sobre telefonia mòbil sembla ser que queda reduïda a uns pocs àmbits de recerca com el periodisme mòbil (vegeu Castelló i Avià, 2004), les telecomunicacions (vegeu Navarro i Gil, 2004), la salut (polèmica sobre les antenes de telèfon mòbil) i la psicologia referida sobretot al tema de la dependència disfuncional al mòbil (vegeu Otero, 2001, Viñas, 2005; i Beranuy *et al.*, 2006).

Tot i que amb una mica més de moderació que a la resta de països europeus, Espanya també ha entrat en la *febre* del mòbil. Lorente (2002a; 2002b) aporta una sèrie de dades que abracen el període de 1924 al 2002 referents a la penetració del telèfon fix i del telèfon mòbil a Espanya. Les dades parlen per sí soles: en 78 anys, les línies de telèfons fixes han arribat a 17 milions, mentre que en tan sols vuit anys (del 1994 al 2002), els subscriptors de telèfons mòbils han arribat a 29 milions. Segons l'autor, aquest fet indica dues coses: una, que la penetració i el canvi tecnològic en aquest camp s'ha produït els darrers anys a unes velocitats insospitades i majors que a la primera meitat del segle XX; i dos, que el telèfon mòbil ha aconseguit un èxit sense precedents.

Malgrat no ser massa abundant la recerca psicossocial que s'ha desenvolupat en el nostre país entorn a la telefonia mòbil, sí que podem dir que en els darrers set anys s'ha observat un creixent interès dels investigadors/es psicòlegs, sociòlegs i de la comunicació per aquest tema.

Hem identificat a **Espanya** grups de recerca que centren els seus estudis en l'ús i la disponibilitat de les NTICs entre els adolescents i els joves. Podem destacar els següents:

- El grup de recerca *CIVERTIC* de la Universitat de Navarra (<http://www.civertice.com>).
- El grup de recerca *ERÍDIQV* (*Equip de Recerca en Infància, Drets dels Infants i la seva Qualitat de Vida*) de la Universitat de Girona (<http://www.udg.edu/eridiqv/>).
- El CIIMU, Consorci Institut d'Infància i Món Urbà (Barcelona) (<http://www.ciimu.org>).
- El grup de recerca *JovenTIC* de la Universitat Autònoma de Barcelona (<http://www.uoc.edu/in3/joventic/>).
- L'INJUVE, Instituto de Juventud adscrit al Ministeri de Treball i Assumptes Socials (<http://www.injuve.mtas.es/injuve/portal.portal.action>).
- El sociòleg Santiago Lorente (vegeu Lorente, 1999, 2001a, 2001b, 2002a, 2002b; Lorente i Vázquez, 2002)
- El sociòleg Manuel Castells (vegeu Castells *et al.*, 2007).

El grup de recerca *CIVERTICE* presenta algunes dades descriptives rellevants sobre l'ús i la disponibilitat del telèfon mòbil entre els joves de Navarra, que destacarem en l'apartat 2.3.2.2 d'aquest capítol (vegeu Naval, Lara, Portillo i Sádaba, 2002; Naval, Sádaba, i Bringué, 2003).

El grup de recerca *ERÍDIQV* té una llarga tradició en l'estudi de les relacions interpersonals i les NTICs. Alguns dels seus estudis aporten dades psicossocials sobre l'ús de les NTICs, els adolescents i les interaccions que mantenen amb els adults (vegeu per exemple Casas, Figuer, González, Malo, i Bertran, 2005; Malo, Figuer, González, i Casas, 2005; Malo, Casas, Figuer, i González, 2006).

Des del CIIMU podem destacar l'estudi realitzat per Amorós, Buxarrais i Casas (2002) en el que es presenten dades psicossocials referents al mòbil i a d'altres tecnologies com l'ordinador, Internet o els videojocs. També destaquem a Feixa, García i Recio, (2005) que realitzen un estudi sobre els estils de vida i la cultura digital dels adolescents que els autors anomenen la "Generació Xarxa" de Catalunya. Així mateix, l'antropòleg Carles Feixa, especialista en l'estudi de les cultures juvenils presenta

algunes investigacions rellevants on recull dades i idees interessants a l'entorn de l'ús del mòbil entre els adolescents (vegeu Feixa, González, Martínez i Porzio, 2004; Feixa, 2005).

El grup de recerca JovenTIC té com a principal objectiu l'estudi de les pràctiques d'ús, d'apropiació i de consum que fan els joves de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC). Algunes de les recerques que han desenvolupat aporten dades en relació a l'ús del mòbil entre els adolescents: Gil, Feliu, Rivero i Gil (2003); Seguí i Gil (2006; 2007).

L'INJUVE, Instituto de Juventud, és un organisme públic adscrit al MTAS (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) encarregat de promoure les actuacions en benefici dels joves del nostre país. A la seva pàgina web podem trobar publicacions interessants al voltant de la joventut i les noves tecnologies. Podem identificar un número monogràfic a l'entorn de la telefonia mòbil i els adolescents publicada per la Revista de Estudios de Juventud (INJUVE) i coordinada pel sociòleg Santiago Lorente. Aquest autor, a més presenta diversos estudis sociològics sobre aquest tema (vegeu Lorente, 1999, 2001a, 2001b, 2002a, 2002b; Lorente i Vázquez, 2002). En darrer lloc volem destacar una recent obra del sociòleg Manuel Castells (vegeu Castells *et al.*, 2007) on examina dades interessants sobre la cultura juvenil a Europa, Amèrica, Àfrica i Àsia.

De tots aquests grups de recerca, només uns quants exploren aspectes psicossocials que tenen a veure amb la telefonia mòbil. En els següents apartats presentarem dades empíriques a l'entorn d'aquesta tecnologia principalment de tres comunitats autònomes: Catalunya (Amorós *et al.*, 2002), l'Aragó (Fanjul, Gallego i Granizo, 2003) i Navarra (Naval, Sádaba, i Bringué, 2003).

2.3.1. Resultats obtinguts a Catalunya

Les dades que presentem tot seguit són fruit d'una àmplia recerca realitzada per Amorós *et al.* (2002) sobre l'ús de les NITCs entre els adolescents catalans de 12 a 16 anys. Concretament, presentarem els principals resultats referents a la **penetració del telèfon mòbil** entre aquesta població adolescent. Analitzarem diferents aspectes psicossocials que tenen a veure amb la disponibilitat i ús del telèfon mòbil i algunes variables relacionals i motivacionals entorn aquesta tecnologia.

2.3.1.1. Variables contextuais: disponibilitat i ús del telèfon mòbil

Un dels aspectes que avaluen en aquesta investigació Amorós *et al.* (2002) es la **disponibilitat** per part dels adolescents dels diferents aparells audiovisuals explorats. Les dades de penetració

referents a la disponibilitat d'un telèfon mòbil propi per part dels adolescents catalans d'entre 12 i 16 anys posen de manifest que l'any 2001 un 68% manifestaven disposar d'aquest aparell, essent les noies les que amb major freqüència en disposen (74,49%).

En explorar amb quina freqüència els joves **usen** el telèfon mòbil en tres contextos diferents (a casa dels amics, a l'escola i a sales o locals que disposen d'equipaments) podem destacar que el 80,31% d'adolescents manifesten usar el mòbil *a casa dels amics*. Tenint en compte la resta de mitjans audiovisuals explorats, observem que el mòbil és el quart aparell que usen amb major freqüència a casa dels amics (en primer lloc, manifesten usar els jocs de consola, seguit dels jocs d'ordinador i de la televisió). Considerant el seu gènere, observem que les noies manifesten usar amb major freqüència a casa dels amics la televisió (86,30%) i el telèfon mòbil (86,22%); mentre que els nois usen majoritàriament els jocs de consola (93,64%) i els jocs per a ordinador (90,52%).

Segons els autors esmentats, quan es tracta d'utilitzar el telèfon mòbil *a l'escola*, observem que ho fan un 27% dels adolescents. Sembla ser que el telèfon mòbil no és el mitjà que més utilitzen, sinó que ho és l'ordinador (70,5%), Internet (49,3%) i els Cd-roms educatius (43,7%). Tant els nois com les noies manifesten usar amb més freqüència a l'escola aquests tres darrers mitjans presentant uns percentatges d'ús molt similars malgrat les noies els empren amb més freqüència que els nois.

Quan es tracta d'utilitzar el mòbil a *altres llocs* (com ara sales o locals, al carrer, a casa d'altres familiars o a altres llocs) aquest aparell és el que utilitzen més freqüentment (63,4%) seguit de la televisió (51,7%). Són també aquests dos mitjans els que els nois i les noies han manifestat usar amb major freqüència a d'altres llocs sense gairebé diferències.

2.3.1.2. Variables motivacionals: facilitat o dificultat per viure sense el telèfon mòbil i autoavaluació de la informació i l'interès mostrat per aquest mitjà

Un altre conjunt de variables que han explorat Amorós *et al.* (2002) al voltant de l'ús de les NTICs en general i, del mòbil en particular, es refereix a aquells aspectes que *motiven* als joves a fer ús d'aquests mitjans. També es disposen de dades que fan referència a les respostes emeses pels seus progenitors. Les variables explorades han estat mesurades amb escales tipus Likert de 5 punts (1 *Molt difícil* i 5 *Molt fàcil* per la primera variable i 1 *Gens* i 5 *Molt* per les altres dues). Començarem, doncs, presentant els resultats que es refereixen als punts de vista dels adolescents per aquestes qüestions.

Centrant-nos en l'autoavaluació dels adolescents respecte la **informació** en relació als mitjans audiovisuals explorats, podem apreciar com primerament manifestaven estar més informats respecte la televisió, seguit del telèfon mòbil, l'ordinador i Internet. Els videojocs per a ordinador, les videoconsoles i els Cd-Roms, són els tres mitjans audiovisuals que obtenen menor puntuació i, per tant, dels que menys informats manifesten estar els joves. Tenint en compte el seu gènere, observem que són les noies les que manifesten estar més informades pel telèfon mòbil que per la resta de mitjans, mentre que els nois el situen entre els aparells dels quals disposen menor informació (Taula 1).

Taula 1.- Autoavaluació del nivell d'informació respecte els mitjans audiovisuals segons el gènere

Nois	Noies
<i>Més informats sobre ...</i>	<i>Més informades sobre ...</i>
1) televisió i 2) ordinador	1) telèfon mòbil
3) videojocs per a ordinador i 4) videoconsoles	2) televisió
	3) ordinador
	4) Internet
<i>Menys informats sobre ...</i>	<i>Menys informades sobre ...</i>
5) Internet	5) Cd-roms
6) telèfon mòbil	6) jocs per a ordinador
7) Cd-roms	7) videoconsoles

Amorós *et al.* (2002), en preguntar per l'**interès actual** dels joves per aquests mateixos mitjans, van observar com en aquell moment mostraven major interès per Internet, seguit del telèfon mòbil, la televisió i l'ordinador. Novament, restaven a la cua els jocs per a ordinador, les videoconsoles i els Cd-roms. Tenint en compte el seu gènere podem observar que com en el cas anterior les noies manifesten estar més interessades pel telèfon mòbil que per la resta de mitjans mentre que els nois el situen entre els aparells que manifesten que menys els interessa (Taula 2).

Taula 2.- Autoavaluació de l'interès mostrat pels mitjans audiovisuals segons el gènere

Nois	Noies
<i>Més interessats sobre ...</i>	<i>Més interessades sobre ...</i>
1) Internet	1) telèfon mòbil
2) jocs per a ordinador	2) Internet
3) videoconsoles	3) televisió
4) televisió	4) ordinador
<i>Menys interessats sobre ...</i>	<i>Menys interessades sobre ...</i>
5) ordinador	5) Cd-roms
6) telèfon mòbil	6) videojocs per a ordinador
7) Cd-roms	7) videoconsoles

Per tal de donar una visió més global al lector de quins han estat els canvis en les preferències mostrades respecte la **informació i l'interès** mostrat pels nois i les noies d'entre 12 i 16 anys, es presenten en la Taula 3.

Taula 3.- Informació i interès mostrat pels adolescents respecte els mitjans audiovisuals

Informació respecte els diferents mitjans audiovisuals		Interès pels diferents mitjans audiovisuals	
Nois	Noies	Nois	Noies
Televisió	Telèfon Mòbil	Internet	Telèfon Mòbil
Ordinador	Televisió	Videojocs per a ordinador	Internet
Videojocs per a ordinador	Ordinador	Videoconsola	Televisió
Videoconsola	Internet	Televisió	Ordinador
Internet	Cd-roms	Ordinador	Cd-roms
Telèfon Mòbil	Videojocs per a ordinador	Telèfon Mòbil	Videojocs per a ordinador
Cd-roms	Videoconsola	Cd-roms	Videoconsola

La visió en conjunt de l'autoavaluació que fan els adolescents de la informació i l'interès pels mitjans audiovisuals explorats, posa de manifest que:

- ✓ Els nois situen el telèfon mòbil en la penúltima posició del rang de preferència entre la resta de mitjans explorats, tant pel que fa al nivell d'informació que manifesten tenir d'aquest mitjà com pel seu interès mostrat.
- ✓ Les noies, pel contrari, el situen en primer lloc essent el mitjà audiovisual pel qual manifesten tenir més informació i estar més interessades.

Els investigadors Amorós *et al.* (2002) també van obtenir dades dels **progenitors** dels nois i de les noies referents a l'autoavaluació de la informació i l'interès mostrat per les NTICs. El qüestionari que se'ls va administrar va ser contestat per un 21,7% per les mares, en un 7,7% pels pares i en un 20,3% dels pares i de les mares conjuntament. Aquestes variables es van mesurar amb una escala tipus Likert de 5 punts (1 *Gens* i 5 *Molt*).

Si ens centrem en l'autoavaluació que els progenitors fan de la **informació** que van manifestar tenir, podem observar en primer lloc del rang situen a la televisió, seguit dels ordinadors, el telèfon mòbil i els Cd-roms. Mentre que el seu nivell d'informació era menor en relació a Internet, els videojocs per ordinador i les videoconsoles.

Si tenim en compte si el qüestionari ha estat contestat pel pare o la mare, podem observar que tant quan contesten els **pares** com quan ho fan les **mares** es manté el mateix ordre que en el cas anterior, amb l'excepció de les videoconsoles i els videojocs per a ordinador. Vegeu-m'ho a continuació (Taula 4):

Taula 4.- Autoavaluació del nivell d'informació respecte els mitjans audiovisuals segons quin dels progenitors ha contestat el qüestionari

Pares	Mares
<i>Més informats sobre ...</i>	<i>Més informades sobre ...</i>
1) televisió	1) televisió
2) ordinador	2) ordinador
3) telèfon mòbil	3) telèfon mòbil
4) Cd-roms	4) Cd-roms
<i>Menys informats sobre ...</i>	<i>Menys informades sobre ...</i>
5) Internet	5) Internet
6) videojocs per a ordinador	6) videoconsoles
7) videoconsoles	7) videojocs per a ordinador

L'autoavaluació de l'**interès** mostrat pels progenitors, aquests manifesten tenir primerament major interès per l'ordinador, seguit dels Cd-roms, Internet i la televisió. El menor interès el manifesten tenir per mitjans com el telèfon mòbil, els videojocs per a ordinador i les videoconsoles.

En l'autoavaluació de l'interès mostrat pels progenitors, es posa de manifest com tant si ha contestat el **pare** com si ho ha fet la **mare** el rang de preferències es manté igual que en el cas anterior (Taula 5).

Taula 5.- Autoavaluació de l'interès mostrat pels mitjans audiovisuals segons quin dels progenitors ha contestat el qüestionari

Pares	Mares
<i>Més interessats sobre ...</i>	<i>Més interessades sobre ...</i>
1) ordinador	1) ordinador
2) Cd-roms	2) Cd-roms
3) Internet	3) Internet
4) televisió	4) televisió
<i>Menys interessats sobre ...</i>	<i>Menys interessades sobre ...</i>
5) telèfon mòbil	5) telèfon mòbil
6) videojocs per a ordinador	6) videojocs per a ordinador
7) videoconsoles	7) videoconsole

Recollint el més important, presentem tres taules en les que comparem les respostes donades pels progenitors (pare i mare) i els adolescents en relació a: a) l'autoavaluació de la informació i l'interès mostrat pels pares i les mares respecte els diferents mitjans explorats (Taula 6); b) l'autoavaluació de la informació que els pares, les mares i els nois i noies han manifestat tenir pels diferents mitjans

(Taula 7) i c) l'autoavaluació de l'interès que els pares, les mares i els nois i noies han manifestat tenir pels mitjans (Taula 8) (Amorós *et al.*, 2002).

En la Taula 6 podem observar una sèrie de coincidències i discrepàncies que seguidament passem a comentar:

Taula 6.- Rang dels mitjans audiovisuals sobre els que els progenitors manifesten tenir de més a menys informació i interès

Informació respecte els diferents mitjans audiovisuals		Interès pels diferents mitjans audiovisuals	
Pare	Mare	Pare	Mare
Televisió	Televisió	Ordinador	Ordinador
Ordinador	Ordinador	Cd-roms	Cd-roms
Telèfon mòbil	Telèfon mòbil	Internet	Internet
Cd-roms	Cd-roms	Televisió	Televisió
Internet	Internet	Telèfon mòbil	Telèfon mòbil
Videojocs per a ordinador	Videojocs per a ordinador	Videojocs per a ordinador	Videojocs per a ordinador
Videoconsola	Videoconsola	Videoconsola	Videoconsola

- ☑ Respecte a l'autoavaluació de la informació que els pares i les mares han manifestat tenir respecte el telèfon mòbil, observem com situen aquest aparell en tercer lloc del rang. Per la resta de mitjans audiovisuals explorats, l'ordre de preferència entre els progenitors coincideix.
- ☑ Tenint en compte l'autoavaluació de l'interès manifestat pel telèfon mòbil, observem com en ambdós casos el mòbil el situen en el cinquè lloc del rang. Per la resta de mitjans audiovisuals el seu rang de preferències es manté igual.

Si comparem les respostes dels progenitors amb la dels seus fills, podem apreciar les següents coincidències i discrepàncies en relació a l'autoavaluació de la informació (Taula 7):

Taula 7.- Rang dels mitjans audiovisuals sobre els que progenitors i adolescents manifesta tenir de més a menys informació

Informació respecte els diferents mitjans audiovisuals			
Pare	Mare	Noi	Noia
Televisió	Televisió	Televisió	Telèfon Mòbil
Ordinador	Ordinador	Ordinador	Televisió
Telèfon mòbil	Telèfon mòbil	Videojocs per a ordinador	Ordinador
Cd-roms	Cd-roms	Videoconsola	Internet
Internet	Internet	Internet	Cd-roms
Videojocs per a ordinador	Videojocs per a ordinador	Telèfon Mòbil	Videojocs per a ordinador
Videoconsola	Videoconsola	Cd-roms	Videoconsola

☑ Com a aspectes coincidents podem destacar que tant els pares, les mares i els nois situen la televisió i l'ordinador com els dos mitjans sobre els quals han manifestat tenir més informació. El telèfon mòbil ocupa posicions diferents segons si l'autoavaluació la fa el pare i la mare (tercera posició), el fill (sisena posició) o la filla (primera posició). Així mateix, per la resta de mitjans audiovisuals les discrepàncies són evidents amb l'excepció dels videojocs per a ordinador i les videoconsoles que pel pare, la mare i les noies ocupen el darrer lloc del rang.

☑ En el cas dels fills, podem observar com les noies manifesten que el telèfon mòbil és l'aparell tecnològic que més els interessa en comparació amb els nois que gairebé el situen en la darrera posició.

Per acabar, si comparem les respostes dels progenitors amb la dels seus fills en relació a l'autoavaluació de l'interès autoreferenciat per a cada mitjà, podem apreciar les coincidències i discrepàncies següents (Taula 8):

Taula 8.- Rang dels mitjans audiovisuals sobre el que progenitors i adolescents manifesten tenir de més a menys informació i interès

Interès pels diferents mitjans audiovisuals			
Pare	Mare	Noi	Noia
Ordinador	Ordinador	Internet	Telèfon Mòbil
Cd-roms	Cd-roms	Videojocs per a ordinador	Internet
Internet	Internet	Videoconsola	Televisió
Televisió	Televisió	Televisió	Ordinador
Telèfon mòbil	Telèfon mòbil	Ordinador	Cd-roms
Videojocs per a ordinador	Videojocs per a ordinador	Telèfon Mòbil	Videojocs per a ordinador
Videoconsola	Videoconsola	Cd-roms	Videoconsola

☑ Els pares i les mares i els nois situen el telèfon mòbil en posicions del rang molt similars (cinquè i sisè lloc, respectivament), mentre que per les noies és el mitjà pel qual han manifestat tenir major interès. Per la resta de mitjans audiovisuals hi ha discrepàncies amb l'excepció dels videojocs per a ordinador i les videoconsoles que pel pare, la mare i les noies ocupen el darrer lloc del rang.

De tot l'exposat, podem resumir que en el cas dels nois i les noies la informació i l'interès pel telèfon mòbil es manté en les mateixes posicions del rang, essent les noies les que el situen sempre en primera posició. Respecte els progenitors, ambdós manifesten estar més informats que no pas interessats pel telèfon mòbil.

2.3.2. Resultats d'estudis realitzats a d'altres Comunitats Autònomes

La penetració de la telefonia mòbil a Espanya un fenomen que s'ha fet més evident amb els anys, sobretot, entre la població adolescent. En aquest apartat presentarem algunes dades d'estudis realitzats en la comunitat autònoma de l'Aragó i la comunitat foral de Navarra sobre l'ús que els joves fan de la telefonia mòbil.

2.3.2.1. Els joves i el telèfon mòbil a l'Aragó

A la Comunitat Autònoma de l'Aragó existeixen dades que valoren el grau de desenvolupament de la Societat de la Informació en aquesta comunitat. Les dades que a continuació presentaré han estat extretes d'un manual monogràfic editat pel *Departamento de Presidencia y Relaciones Institucionales* i per l'*Instituto Aragonés* de l'any 2003, a on, entre d'altres temes, parlen de les pantalles, les noves tecnologies i la salut entre els joves aragonesos (Fanjul, Gallego i Granizo, 2003). Fruit d'un estudi del Consejo Económico y Social de Aragón (CESA, 2001), *La Sociedad de la Información en Aragón*, utilitzant dades d'enquestes realitzades pel Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS), van trobar una interessant evidència: un 64,7% dels joves aragonesos d'entre els 18 i els 24 anys manifestaven que els interessaven els nous entorns i els aparells tecnològics.

Com apunta Marquès (2001, citat a Fanjul, Gallego i Granizo, 2003), els mitjans de comunicació social, els *mass media*, són mitjans que utilitzant aparells tecnològics, difonen informació de manera simultània i indiscriminada a molts destinataris. Tot i que els més clàssics són la premsa, la ràdio i la televisió, acompanyats del cinema i la publicitat, ara, amb la revolució digital emergeix un nou terme, el *self media*, ja que el consumidor pot escollir com i quan rebre la informació. L'autor ens mostra de

forma resumida alguns dels aspectes positius i negatius a tenir en compte en relació a l'ús dels mitjans de comunicació (Quadre 3):

Quadre 3.- Ús educatiu dels mass media

Aspectes Positius	Aspectes Negatius
Vehiculen els missatges informatius variats, suggestius, audiovisuals. El conjunt de les seves informacions resulten multiculturals.	Els missatges que proporcionen són generalment parcials i incomplets. Les empreses mediàtiques tenen grans interessos ideològics i econòmics, que es reflecteixen en els seus productes.
Difonen notícies de manera immediata. Proporcionen informació sobre entorns, persones i fenòmens allunyats.	El tractament que donen a alguns temes no resulta educatiu. Moltes vegades és de poca qualitat, no formativa. Presenta opcions banals, infantilitza.
Despertem la curiositat i la imaginació.	Promouen una actitud passiva, poc compromesa. Fragmenten i dispersen l'atenció, bloquegen a l'usuari.
Ensenyen de manera pràctica el llenguatge audiovisual.	Els seus missatges audiovisuals sedueixen als espectadors a través de les seves emocions més immediats i primitives (la sensació prima sobre la reflexió). Captiven irracionalment, a vegades cultiven la violència.
Constitueixen un instrument de socialització de les persones (models d'actuació, valors, ...). Difonen la cultura en tots els seus aspectes. Proporcionen temes comuns de conversació i debat.	Modelen a les persones i no sempre mitjançant models desitjables (individualisme, competitivitat, satisfacció immediata dels instints,...). Uniformitzen, poden destruir valors i identitats culturals. Transmeten una ideologia. Constitueixen un instrument de control ideològic i polític, alienen.
Entreteniment.	Ocupen temps, són addictius. Distreuen de l'esforç productiu i d'altres activitats, com la lectura.

Font: Pere Marquès (2001)

Com exposa El Consejo Económico y Social de Aragón (CESA, 2001) a l'informe *La sociedad de la información en Aragón*, en aquesta comunitat autònoma, més de la meitat de la població (53%) posseeix un telèfon mòbil, assolint una presència en la llar superior a l'ordinador personal. El més destacat és que el 82,1% de la població jove d'entre 18 i 24 anys disposa d'un telèfon mòbil propi. Entre aquests, tres quartes parts manifesten ser ells mateixos els que paguen les despeses del telèfon, prioritant-les enfront a altres despeses.

Els *motius* que impulsen als joves aragonesos a comprar un mòbil tenen a veure amb: (1) "el fet d'estar localitzats pels avisos urgents personals i professionals" (48,5%), (2) el 45,5% per "utilitzar-lo en cas de necessitat", (3) el 39,4% per "conversar amb els amics o els familiars", (4) el 18,2% per "enviar missatges breus" i (4) el 12,1% donen altres raons com mantenir converses per qüestions laborals o altres gestions. Sembla ser, doncs, que el fet d'estar localitzat en cas de necessitat és l'aspecte de major pes en la decisió de comprar un telèfon mòbil.

Els missatges breus han estat les raons estrella entre les usuaris de la població més jove. A Espanya, ja en l'any 2001 els joves van enviar més de 3.000 milions de missatges curts. Segons CESA (2001), una de les conseqüències negatives d'aquests missatges és que degut al límit de caràcters s'ha generat la necessitat d'escurçar les paraules i frases fins a límits insospitats, la qual cosa repercuteix en l'ortografia, l'expressivitat i la capacitat de reflectir sentiments complexos per escrit. Per altra banda, la connexió a Internet des del propi telèfon mòbil no interessa al 43,8% dels joves aragonesos, mitjana recollida entre els que no tenen cap tipus d'estudis (un 83,3%) i els que tenen estudis superiors (un 35,3%). La ràpida assimilació del mòbil en la vida quotidiana rau en l'adequació del mòbil a la forma de vida que caracteritza a la majoria de les societats actuals. El mòbil s'ha expandit tan acceleradament perquè ja existia una cultura i una societat que podia afavorir la seva penetració social: una cultura sensible a la comunicació i al ràpid desenvolupament de la tecnologia relacionada amb la comunicació; una societat en continu canvi, on els individus es mouen freqüentment, modificant els temps i espais de treball, de la vida familiar i, en general, de la quotidianitat. A més, el fàcil i senzill ús fan que el telèfon mòbil sigui una eina força accessible a tota la població. El telèfon mòbil s'està convertint molt més que altres tecnologies en una part de la nostra fisionomia o del nostre equipatge.

2.3.2.2. Els joves i el telèfon mòbil a Navarra

Amb l'impuls de l'Instituto Navarro de Deporte y Juventud, l'abril de 2002 es va presentar l'informe *Impacto de las Tecnologías de la Comunicación en la Juventud Navarra, 2001* (Naval, Lara, Portillo i Sádaba, 2002), que recollia els resultats d'una àmplia enquesta realitzada entre més de 700 joves navarresos d'edats compreses entre els 15 i els 29 anys. Els resultats d'aquest estudi cobrien dues àrees principals:

(a) Per una banda, el coneixement sobre el nivell de disponibilitat i ús que els joves tenien d'aquestes tecnologies, així com les principals raons pel seu ús i les motivacions per no utilitzar-les. L'estudi posava de manifest dades interessants, com que el 83,9% dels joves tenien accés a un telèfon mòbil, un 55,6% tenia videoconsola, un 75,7% un ordinador personal i un 55,9% utilitzava Internet.

(b) En segon lloc, es van plantejar una sèrie de qüestions dirigides a conèixer amb exactitud quina era la valoració que els joves feien d'aquestes tecnologies que cada dia adquirien major protagonisme en la nostra societat.

Un segon estudi realitzat per Naval, Sádaba i Bringué (2003), es va centrar en analitzar la influència que l'ús de les TIC exercien en les relacions socials dels propis joves. A l'hora de plantejar aquest estudi, van fixar el grup d'edat de 15 a 18 anys ja que aquest grup de joves encara estan dins del sistema educatiu, o bé no han assolit encara la independència econòmica i viuen a la llar familiar.

Del primer estudi (Naval, Lara, Portillo i Sádaba, 2002) podem destacar que dels tres grups d'edat (de 15-19 anys, de 20-24 anys i de 25-29 anys), el dels més joves és el que menor nivell de disponibilitat presentava: un 65,2%, enfront a un 73% entre els joves de 20-24 anys i un 82,3% entre els de 25-29 anys. En relació al nivell de disponibilitat, aquest estava estretament relacionat amb qui es feia càrrec de les despeses del telèfon: els joves d'entre 25 i 29 anys, un 82,1% les pagaven ells mateixos; aquest percentatge disminuïa a un 70% en el cas dels més joves (15-19 anys). Quasi una tercera part d'ells (el 29,3%) declarava que els seus pares es feien càrrec de la factura del mòbil. Respecte a l'ús, eren els més joves els que majors percentatges presentaven: per exemple, un 90,2% l'utilitzava per enviar missatges breus (SMS), enfront al 79% dels de 20-24 i el 67,4% dels joves entre 25-29. Els altres usos predominants eren "parlar amb els amics i "trucar a les seves famílies". Una darrera observació interessant que aporten aquest grup d'investigadors és que les dades recollides en l'enquesta de 2001 reflectien un increment del nivell de disponibilitat d'un 82% en el joves navarresos al 2001, en relació al 23% l'any 1999 pel conjunt dels joves espanyols. Per tant, entra dins del possible suposar que el ritme de penetració del mòbil entre aquest grup d'edat ha seguit creixent de manera significativa, pel que segurament això serà major actualment.

Pel que fa al segon estudi de Naval, Sádaba i Bringué (2003), l'objectiu de la seva recerca consistia en comprovar la influència de l'ús de les TIC en les relacions socials dels joves d'entre 15 i 18 anys. El mètode de l'estudi va consistir en dissenyar diverses dinàmiques de grup amb la participació representativa de joves, pares i mares i professors. L'anàlisi de les discussions mantingudes en els diferents grups van permetre presentar els arguments en relació al telèfon mòbil en cinc temàtiques: (1) el paper instrumental del telèfon mòbil, (2) la interacció amb els amics a través d'aquest aparell, (3) la seva influència en la vida familiar, (4) la seva influència en l'entorn escolar i (4) els efectes no desitjats d'aquesta tecnologia. Tot seguit en detalllem els principals comentaris aportats pels participants.

2.3.2.2.1. El paper instrumental del telèfon mòbil

En aquesta primera temàtica, Naval, Sádaba i Bringué (2003) van explorar la valoració que feien els joves sobre diferents tecnologies (ordinador, Internet i telèfon mòbil).

Els participants joves manifestaven tenir un telèfon mòbil propi des de feia aproximadament 2 o 3 anys. A més, havien canviat de terminal perquè estava passat de moda, era vell o se'ls havia trencat. El telèfon mòbil va arribar a les seves mans principalment com un regal dels progenitors o familiars. En alguns casos van ser els propis joves qui van comprar-los amb els seus estalvis. Els principals motius que manifestaven per tenir un telèfon mòbil era poder comunicar-se amb els seus amics i el fet que tots aquests amics en tenien.

En contrast, l'argument que més freqüentment donaven els seus progenitors era que així podien estar localitzats en tot moment. Com a exemple, exposem dues cites textuais de l'estudi qualitatiu dels esmentats autors del què (a) pensaven els joves i (b) els seus progenitors:

“Aunque te llaman tus padres, a veces coges o no la llamada, si no quieres no coges y luego le das una excusa” (Chico);

“Así les puedes localizar y sabes dónde están, aunque luego a veces no lo llevan o no te contestan o te hacen la llamada perdida, porque se las saben todas” (Padre).

Els resultats també mostraven que pels joves el telèfon mòbil era un important element d'estatus dins d'un grup. Aquests són alguns dels comentaris de professors i progenitors que il·lustren aquest aspecte:

“Los jóvenes consiguen estatus según el teléfono que tienen, si es más caro, es superior. El que no tiene móvil es el raro” (Profesor que utiliza habitualmente las TIC);

“Para ellos marca un estatus dentro de la cuadrilla, como era antes llevar una Nike, ahora si no lo tienes no eres nadie” (Profesor que no utiliza habitualmente las TIC);

“A veces lo llevan aunque sea sin saldo, pero lo llevan para mostrar que también tienen” (Padres).

En aquesta direcció, Haberg (1997, citat a Ling, 1998), afirma que encara que les seves converses puguin semblar trivials tenen, no obstant això, un sentit com a vehicle per confirmar una amistat o un estatus amb el grup d'iguals.

En aquesta recerca sembla ser que els joves navarresos manifesten que el telèfon mòbil facilita altres formes de relacionar-se, de tenir contacte amb persones llunyanes; mentre que, els progenitors i els professors/es ho veuen com un luxe, quelcom innecessari, una forma que tenen els joves de sentir-se més grans; en definitiva, com un caprici.

En la majoria dels casos, els propis joves paguen les despeses del mòbil, malgrat que, en alguns casos els progenitors donen una assignació setmanal o mensual per recarregar el telèfon mòbil. Molts joves reconeixien gastar massa diners en el telèfon mòbil. Una forma d'administrar el seu ús consistia en limitar els diners que es gastaven en ell, tot i que, la majoria assegurava no complir-ho.

La dificultat de control dels progenitors sobre l'ús del mòbil dels fills augmenta si són aquests els que assumeixen aquesta despesa. Dit d'una altra manera, els progenitors que paguen el consum poden controlar la despesa recarregant amb una quantitat fixa, setmanal o mensual. Per altra banda, aquest control, resulta més difícil si el sistema de pagament és sota contracte. Veiem algunes cites que il·lustren aquest fet:

“Si un mes se pasan hay que avisarles que bajen el gasto o se lo quitamos” (Padre);

“Muchas veces cogen el móvil de los padres para no gastar tanto, o hacen la llamada perdida para que llamemos nosotros” (Padre).

Per tal de resumir els principals arguments que joves i progenitors van manifestar en relació a les avantatges i desavantatges de l'ús del telèfon mòbil, presentem el Quadre 4:

Quadre 4.- Avantatges i desavantatges del telèfon mòbil des del punt de vista dels joves i dels seus progenitors

	Avantatges	Desavantatges
Joves	<input checked="" type="checkbox"/> Localitzar amics. <input checked="" type="checkbox"/> Major contacte amb familiars. <input checked="" type="checkbox"/> Connexió a Internet en qualsevol lloc. <input checked="" type="checkbox"/> És menys costós enviar missatges que trucar. <input checked="" type="checkbox"/> Urgències: si t'has perdut, un amic es troba malament... <input checked="" type="checkbox"/> Major privacitat. <input checked="" type="checkbox"/> És més fàcil relacionar-se amb xicot/a. <input checked="" type="checkbox"/> Ús com a despertador.	<input checked="" type="checkbox"/> Despesa econòmica. <input checked="" type="checkbox"/> Estar sempre pendent de si el perds o te'l roben a la discoteca. <input checked="" type="checkbox"/> Problemes de cobertura. <input checked="" type="checkbox"/> Missatges molt resumits que no s'entenen. <input checked="" type="checkbox"/> Que et localitzi gent que no vols. <input checked="" type="checkbox"/> No saber qui et truca. <input checked="" type="checkbox"/> Obligació de contestar sempre. <input checked="" type="checkbox"/> Dependència, addicció. <input checked="" type="checkbox"/> Preocupar-te sempre de la bateria. <input checked="" type="checkbox"/> Volum. <input checked="" type="checkbox"/> Desconcentra a l'hora d'estudiar.

.../...

.../...

Quadre 2 (continuació)

	Avantatges	Desavantatges
Progenitors	<input checked="" type="checkbox"/> Localitzar als fills. <input checked="" type="checkbox"/> Poder comunicar-se. <input checked="" type="checkbox"/> Urgències.	<input checked="" type="checkbox"/> Despesa econòmica. <input checked="" type="checkbox"/> Manca de concentració. <input checked="" type="checkbox"/> Dependència. <input checked="" type="checkbox"/> Errades ortogràfiques.

En conjunt, podem observar que el llistat d'avantatges i desavantatges aportat pels joves és més ampli que el dels progenitors. En relació a les avantatges, ambdós coincideixen en considerar el telèfon mòbil una eina útil per localitzar a les persones (en els cas dels joves preferiblement als amics i en el cas dels progenitors als fills), per comunicar-se amb els altres i per urgències. Respecte a les desavantatges, els joves i els pares tan sols coincideixen en que el mòbil és una despesa econòmica.

2.3.2.2.2. La interacció amb els amics a través del telèfon mòbil

Pels joves navarresos de 15 a 18 anys les noves tecnologies faciliten la seva relació amb els amics. No obstant això, sembla ser que pels adults (progenitors i professors) les TIC podien facilitar l'individualisme, pel fet de passar més temps a casa, tot i que, estiguin en contacte amb els seus amics.

El telèfon mòbil és un instrument fonamental de comunicació pels joves; és un element que potencia les relacions, permet més intimitat en les converses amb els amics i facilita manifestar-se de manera més extravertida. Per exemple:

“Con el móvil les dedicas más tiempo a los mensajes, incluso entre semana cuando no puedes quedar” (Chicos);

“También influye si conoces a alguien nuevo y tiene móvil te resulta más fácil conocerle que no a otro que no tiene, te ayuda a coger confianza” (Chicas).

Tanmateix, també manifestaven alguns aspectes negatius de la comunicació a través del telèfon mòbil com, per exemple: “Alguien puede guardar mensajes íntimos y puede enseñarlos, alguno puede ser indiscreto” (Chicas). Generalment, els joves quedaven amb els seus amics per sortir a través del telèfon mòbil; no tenir-lo podia ocasionar un cert aïllament respecte als altres amics, pel fet de no estar a l'aguait dels plans. Pares i professors/es creien que segueixen dedicant el mateix

temps o, fins i tot més als seus amics perquè estaven tot el dia comunicats amb missatges i trucades perdudes.

2.3.2.2.3. La influència del telèfon mòbil en la vida familiar

Els joves, els progenitors i els professors confirmaven que les noves tecnologies influïen en la vida familiar. Els joves veien el telèfon mòbil com un instrument funcional molt important de comunicació per a les seves vides i creien que els progenitors no entenien l'ús que li donaven i ho veien com una forma de diversió: *“Los padres no entienden el uso que le damos. Se necesita porque la gente no está en casa y así se les puede localizar. Lo necesitas para quedar”* (Chicos).

Els principals motius causants de problemes en la vida familiar segons els joves eren (Naval, Sádaba i Bringué, 2003):

- ✓ Diners: factures, despeses excessives.
- ✓ Estar localitzat pels progenitors.
- ✓ Donar explicacions de qui truca al mòbil.
- ✓ Utilitzar el mòbil dels progenitors o germans per manca de saldo.
- ✓ Deixar-se el mòbil a casa i possibilitat que els familiars llegeixin els missatges.
- ✓ Els progenitors es molesten pel tema de les abreviatures, errades ortogràfiques.
- ✓ Control per part dels progenitors dels números de telèfon de la factura.
- ✓ Els progenitors diuen que no estudien.

2.3.2.2.4. La influència del telèfon mòbil en l'entorn escolar

Els joves creien que les noves tecnologies influïen positivament en la seva vida escolar si s'utilitzaven per buscar informació. En canvi, apuntaven que estar molt pendents del telèfon mòbil provocava dispersió i manca de concentració a l'hora d'estudiar; aspecte també assenyalat pels seus progenitors.

Finalment, ja que el telèfon mòbil no era una de les eines electròniques que més influenciava en aquesta àrea podem apuntar alguns usos que donaven els joves a aquest aparell (Naval, Sádaba i Bringué, 2003):

- ✓ “Xuletes” al mòbil.
- ✓ A través del mòbil s'envien les respostes dels exàmens.

2.3.2.2.5. Els efectes no desitjats del telèfon mòbil

Per tal de poder observar aquests possibles efectes nocius del telèfon mòbil, els investigadors navarresos van decidir fer una proposta als joves de passar tot un dia sense el telèfon mòbil. Cap dels nois i noies de 15 a 18 anys la van acceptar. Alguns dels arguments que van donar van ser els següents: “A mi me matas, mi novia me mata” (Chicos); “Me tengo que comunicar” (Chicas). Davant d'aquesta proposta els joves es van adonar que depenien del telèfon i que, de vegades, feien un ús inadequat. A continuació, els investigadors fan un quadre resum (Quadre 5) sobre les afirmacions que feien els joves, els seus progenitors i els professors/es sobre l'ús correcte, incorrecte i addictiu del telèfon mòbil:

Quadre 5.- Ús correcte, incorrecte i addictiu del telèfon mòbil

	Joves	Progenitors	Professors/es
Ús correcte	<input checked="" type="checkbox"/> Trucar o enviar missatges quan ho necessites. <input checked="" type="checkbox"/> Els que l'utilitzen per motius de feina.	<input checked="" type="checkbox"/> Una emergència. <input checked="" type="checkbox"/> Al principi era l'executiu qui el portava per treballar, per alguna cosa útil.	<input checked="" type="checkbox"/> Trucar quan és necessari.
Ús incorrecte	<input checked="" type="checkbox"/> Trucar o enviar continuament missatges per tonteries.	<input checked="" type="checkbox"/> El que fan els joves.	<input checked="" type="checkbox"/> Utilitzar el telèfon per jugar.
Ús addictiu	<input checked="" type="checkbox"/> Estar trucant tot el dia.	<input checked="" type="checkbox"/> Estar a totes hores amb el mòbil a la mà.	<input checked="" type="checkbox"/> No gaudir de veure coses en els viatges per estar mirant el mòbil.

Font: Naval, Sádaba i Bringué (2003)

2.4. Estudis sobre l'impacte psicosocial de la telefonia mòbil en la població adolescent en diferents països

Són diversos els autors de diferents països que han desenvolupat estudis sobre l'impacte del telèfon mòbil en els hàbits comunicatius i les relacions interpersonals dels infants i dels adolescents. D'entre aquests, hem seleccionat els estudis que considerem que per les seves característiques ens aporten elements interessants per a l'anàlisi d'alguns aspectes psicosocials sobre el comportament dels infants i dels adolescents a l'entorn d'aquesta tecnologia. Sense ànim de ser exhaustius, els apartats següents els dedicarem a exposar els resultats d'aquests països entenent que cadascun configura un context sociocultural matisadament diferent per a l'anàlisi del fenomen. Destacarem tres aspectes identificats en gairebé tots els estudis: (1) com s'ha produït el fenomen de la *penetració* i l'*expansió* del telèfon mòbil a cada país; (2) la *perspectiva dels adolescents* enfront aquesta nova tecnologia; i (3) la *perspectiva dels progenitors* (a Bèlgica i a Holanda no s'ha contemplat el punt de vista dels progenitors davant la utilització del telèfon mòbil per part dels adolescents). A la Taula 9 es resumeixen els principals autors i les recerques que aquests han desenvolupat en el seu país:

Taula 9.- Recerques sobre l'ús, la disponibilitat i les avaluacions que els infants i els adolescents fan del telèfon mòbil en diferents països

Autors	Títol de la recerca	País
Höflich i Rössler (2002)	<i>Más que un teléfono: el teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes: resultados de un estudio piloto.</i>	Alemanya
Lobet-Maris i Henin (2002)	<i>Hablar sin comunicar o comunicar sin hablar: del GSM al SMS.</i>	Bèlgica
Oksman i Rautiainen (2002)	<i>Toda mi vida en la palma de mi mano: la comunicación móvil en la vida diaria de niños y adolescentes en Finlandia.</i>	Finlàndia
Haddon (2002)	<i>Juventud y móviles: el caso británico y otras cuestiones.</i>	Gran Bretanya
Green (2003)	<i>Outwardly mobile: young people and mobile technologies</i>	Gran Bretanya
Mante-Meijer i Pires (2002)	<i>El uso de la mensajería móvil por los jóvenes en Holanda.</i>	Holanda
Ling (1999)	<i>Los escenarios del teléfono entre los jóvenes</i>	Noruega
Ling (2004a; 2004b)	<i>The adoption, use and social consequences of mobile communication</i>	Noruega
Vershinskaya (2003)	<i>Information and communication technologies in Russian families</i>	Rússia

Font: Monogràfic de la *Revista de Estudios de Juventud* coordinat per Lorente (2002)

2.4.1. Alemanya: més que un telèfon mòbil

Els autors alemanys Höflich i Rössler (2002) duen a terme un estudi sobre el paper que desenvolupa la comunicació a través del telèfon mòbil, centrant-se en l'anàlisi de la funció del servei dels missatges breus (SMS) en el cas dels adolescents d'Alemanya. Aporten dades al voltant de la comunicació centrada en la utilització i la satisfacció que proporcionen els mitjans interpersonals per crear un marc de referència per a l'estudi de la funció dels SMS. Les dades que exposarem tot seguit, han estat extretes d'aquest estudi, en el qual també es recullen altres aportacions d'investigacions desenvolupades tant a Alemanya com a d'altres països europeus.

2.4.1.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

L'estudi suggereix que els adolescents i, fins i tot els nens alemanys, han descobert que l'ús del telèfon mòbil els permet assolir fites pròpies i independents. Segons dades aportades per l'estudi de publicació anual "Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest" (2000, 2001), l'any 1999 hi havia un 14% de joves d'edats compreses entre 12 i 19 anys que disposaven d'un telèfon mòbil. A l'any 2000, es va assolir el 49% i, el 2001 el 74% d'aquests joves en disposaven. Més recentment, l'any 2006, la gran majoria dels joves alemanys manifestaven disposar d'un telèfon mòbil propi (92%) (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2006).

La seva **expansió** s'ha degut principalment a la implantació de la *targeta prepagament*, que ha permès als nois i noies l'ús del telèfon mòbil sense un pagament d'abonament mensual. Endemés, la targeta sol estar limitada a un determinat import, la qual cosa ha esdevingut un important argument per l'aprovació paterna a l'hora de realitzar la compra. El 2006, més del 80% dels joves alemanys no tenien un contracte regular de telèfon mòbil però disposaven d'una targeta prepagament (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2006).

Per últim, l'enviament i la rebuda de **missatges breus** és l'ús més important que es fa del telèfon mòbil. Els joves d'entre 14 i 29 anys manifesten que envien una mitjana de 14,4 missatges a la setmana (el 60% n'envien entre 1 i 10 i el 16,5% fins a 50).

2.4.1.2. *Perspectiva dels adolescents alemanys: usos i disponibilitat*

Segons dades aportades per Deutsche Shell (2000), en el *XIII Shell Youth Study*, es van realitzar gairebé 5.000 enquestes a joves, tant alemanys com no alemanys, d'edats compreses entre els 15 i els 24 anys, capaços de contestar-les en llengua alemanya. Els resultats mostren interessants dades:

- El telèfon mòbil és bàsicament un mitjà urbà de comunicació ja que en els pobles petits la participació dels usuaris resulta ser molt menor.
- El telèfon mòbil és més popular entre els adolescents italians, mentre que en general no hi ha gaire diferències entre els alemanys i els turcs.
- Els **nois** disposen de telèfon en un percentatge menor, mentre que les **noies** alemanyes disposen de telèfons mòbils més freqüentment.
- Entre els adolescents s'usa el telèfon mòbil per establir **relacions socials i cites** i, en tractar-se de la utilització d'un mitjà mòbil, és necessari realitzar contínuament ajustaments espacials (p.e. On estàs?).

El món dels adolescents (i només el dels alemanys) és un món de mitjans de comunicació i són diversos els autors que han etiquetat a la gent jove com la "generació @" (Opaschowski, 1999), la "generació windows" (Schwab i Stegman, 1999) o la "generació dels nous mitjans" (Weiler, 1999). Aquestes atribucions es refereixen no només al diferent ús que els adolescents fan de la televisió, la ràdio, la música o el vídeo, sinó que també destaquen el paper dels ordinadors, Internet i el telèfon mòbil.

La gran disponibilitat i el fàcil accés als mitjans audiovisuals han fet que l'edat dels usuaris sigui cada vegada menor. Per tant, no resulta sorprenent observar com els nens fan ús del telèfon mòbil com a dispositius adaptats a les seves habilitats. La **generació** coneguda com a "**Handy**" (útil, fàcil) a Alemanya adquireix de forma lúdica les potencials possibilitats de la comunicació mòbil. Una vegada que l'ús del telèfon de casa queda fora de control dels progenitors, el telèfon mòbil exerceix la funció d'una espècie de "PT" (Personal Telephone), és a dir, d'un telèfon personal, sobretot, en el cas del servei SMS.

El telèfon mòbil esdevé un **mitjà individual** perquè no és supervisat pels progenitors, i els missatges breus són una mena d'anotacions transitòries que s'insereixen en una agenda virtual, a la que únicament té accés un mateix. En paraules de Kopomaa (2000), "mentre que els telèfons mòbils

augmenten la privacitat de les trucades telefòniques (malgrat ser realitzades moltes d'elles en llocs públics) els textos dels missatges són per la seva pròpia naturalesa completament privats, excepte quan un missatge és compartit amb els altres quan és llegit en veu alta" (p. 66).

Contemplant aquests mitjans des d'una **perspectiva cultural**, Willis (1991) afirma que els adolescents són el grup social que llegeix els nous mitjans de comunicació més sofisticats. Els joves s'inspiren en ells per activitats molt diverses, i els mitjans els proporcionen i dissenyen les dimensions del que els joves són i del que volen ser. Una part d'aquesta *autoconstrucció* és l'exploració lúdica de les oportunitats que ofereixen els mitjans, i el grup dels adolescents està interessat particularment perquè els sembla acceptable la disponibilitat d'uns mitjans creatius i lúdics.

L'estudi pilot de Höflich i Rössler (2002) sobre l'ús dels SMS en una mostra d'adolescents alemanys amb una edat mitjana de 16 anys ofereix uns primers indicis de com els joves adopten aquesta nova potencialitat de comunicació interpersonal a través d'un dispositiu tecnològic. En particular, pels adolescents alemanys, el telèfon mòbil s'ha convertit en quelcom més que un simple telèfon, permetent un ús mòbil del mateix. Per alguns adolescents aconsegueix tasques importants a l'hora d'organitzar la vida diària i alliberar-los d'haver d'estar lligats al telèfon fix de casa. Una conclusió important és que l'SMS no provoca nous patrons d'ús. Aquest estudi il·lustra que sovint s'empra amb propòsits força trivials com mantenir el contacte i estar accessible i disponible en tot moment.

Estudis anteriors als realitzats per aquests autors, posen de manifest que la **mobilitat** representa un opció bàsica i important en relació a l'ús del telèfon mòbil. En contrast, els resultats de la recerca amb adolescents alemanys posa de relleu que la utilització dels missatges breus on té lloc amb major freqüència és a "la pròpia llar" (43%) i menys d'una quarta part els envia des d'altres entorns o des de l'escola. Aquest fet també s'ha mostrat en un estudi del Centre d'Investigacions del Xerox a Europa (Xerox Research Centre Europe o XRCE). Aquests van descobrir que el 63% dels missatges SMS són enviats des de la llar (Xerox, 2001). El 97% dels entrevistats en la recerca de Höflich i Rössler (2002) esperen una resposta ràpida de la persona amb la que estableixen contacte. En tots o en la majoria dels casos, sembla ser que el fet d'enviar un missatge exerceix una forta pressió en el receptor per a que contesti immediatament.

Les persones preferides per la comunicació SMS són els **amics**, és a dir, les millors amigues de les noies i els millors amics dels nois, respectivament. Altres receptors són els coneguts, mentre que amb els **progenitors** i amb els **parents** hi ha poca comunicació.

Després de revisar estudis anteriors, Höflich i Rössler (2002) proposen com a marc de referència per explicar l'ús del SMS la teoria **dels usos i les gratificacions** (vegeu apartat 1.1.3 del capítol I, pàgina 12). Els autors van desenvolupar un conjunt de 15 elements de gratificació (que fan referència als motius d'ús dels SMS) que es van estimar en una escala de freqüència de 5 punts. La pregunta deia així: *Escrib i rebo missatges breus per: (1) parlar dels meus problemes i rebre consell; (2) donar consells a altres; (3) saber que els altres tenen cura de mi; (4) mantenir el contacte amb els meus amics; (5) conèixer què fan els meus amics i si es troben bé; (6) explicar als altres què estic fent i que estic bé; (7) perquè en algunes ocasions no puc utilitzar el telèfon; (8) concertar cites; (9) perquè és divertit; (10) mantenir-me en contacte amb persones que no puc veure directament; (11) utilitzar en cas d'emergència; (12) estar localitzable en tot moment; (13) perquè m'agrada explorar les característiques tècniques de l'aparell; (14) obtenir informació; (15) passar el temps quan m'avorreixo*. L'ítem que va obtenir puntuacions més elevades va ser per l'afirmació que l'SMS s'utilitza per *concertar cites* i per *fer preguntes sobre el que estan fent els amics*. Quan es tracta de *concertar cites*, són els nois els que presenten un percentatge més elevat, mentre que el fet de *preocupar-se pels amics* ho fan amb major freqüència les noies. Aquest aspecte reforça la importància del telèfon mòbil i dels missatges SMS per activitats dels joves **fora de casa**. Per il·lustrar aquestes dades, mostrem una cita textual dels grups de discussió realitzats amb adolescents alemanys:

“Crec que avui en dia aproximadament el 90% dels alemanys disposen de telèfon mòbil, pot ser el 95%. Quan surts al carrer pot veure's fins i tot nens de l'escola de primària amb magnífics mòbils a la mà trucant a algú (...) Això és una mica exagerat, no?”

Els motius d'utilització de l'SMS poden variar segons el **gènere** dels entrevistats; així, les noies no només escriuen més missatges i més llargs, sinó també s'interessen més en explicar a altres persones quin és el seu estat d'ànim o preguntar quin és el seu (mostren més interès emocional). D'altra banda, als nois els agrada més que a les noies explorar les oportunitats de la tecnologia i concertar cites.

Observant la relació existent entre les funcions del correu electrònic i del telèfon mòbil, Dimmick i els seus col·legues (2000) posen de manifest que “un mitjà nou sobreviu i prospera quan proporciona utilitat o satisfaccions als seus usuaris i, quan això succeeix, pot tenir efectes sobre els mitjans prèviament existents aportant noves solucions a les necessitats antigues o a necessitats més contemporànies. Una manera de definir un *nínxol* de mitjans és com “aquella regió de l'espai de recursos on concorren mitjans similars” (p. 240). D'altra banda, la teoria de la **feminització del**

telèfon sembla ser que ha estat rebutjada per la de l'ús diferent del telèfon mòbil i l'SMS, malgrat que la part socioemocional dels mitjans és encara una característica de les dones. A més, sembla ser que les dones prefereixen la comunicació escrita (Höflich, 1996).

Per concloure, val a dir que per comprendre millor quines són les necessitats i les expectatives dels adolescents alemanys cap al telèfon mòbil i algunes de les seves utilitats com l'SMS, cal que es desenvolupi molta més investigació. En aquest sentit, Kopomaa (2000) posa de manifest que "l'actitud lúdica cap als telèfons mòbils és probable que perduri en el futur. Els telèfons mòbils indueixen als usuaris a jugar amb ells, i aquesta és precisament la qualitat dels telèfons mòbils que més atrau a la gent cap aquest dispositiu" (pp. 70-71).

2.4.1.3. Perspectiva dels progenitors

Seguint amb les dades aportades pels investigadors alemanys Höflich i Rössler (2002), quan es contempla l'educació formal dels **progenitors**, destaca una notable **diferència entre nois i noies adolescents**.

- Les **noies** amb **progenitors** que tenen un *nivell d'estudis elevat* disposen més freqüentment d'un telèfon mòbil que aquelles que els seus progenitors posseeixen un *nivell d'estudis inferior*. Aquest fet podria explicar-se per la tendència dels progenitors amb un elevat nivell estudis per formar a les seves filles d'una manera més autònoma i més conscient dels avenços tècnics, o per la idea que les famílies de classe superior prodiguen més cures a les seves filles. També podríem suggerir una altra idea que els investigadors alemanys no han contemplat que tindria a veure amb que els fills imiten els comportaments adults que veuen a seva llar.
- Amb els **nois** la relació és diferent. Segons Höflich i Rössler (2002), la majoria d'aquests usuaris procedeixen de llars de classes socioeconòmiques més baixes. Probablement, el telèfon mòbil representa un tipus de "senyal de masculinitat" que provoca un efecte simbòlic i que va desapareixent amb el transcurs del temps quan altres "senyals" (per exemple, la moto o el cotxe) es fan més importants.

Com a conseqüència d'això, la disponibilitat de telèfon mòbil per part dels adolescents alemanys podria estar relacionada amb els mètodes educatius específics per gènere en classes socials diferents (Fritzsche, 2000).

2.4.2. Bèlgica: parlar sense comunicar o comunicar sense parlar

Lobet-Maris i Henin (2002) ens presenten un estudi de caire qualitatiu d'alguns fenòmens analítics que ens permeten explicar la ràpida difusió dels aparells mòbils i els SMS entre la població belga adolescent d'entre 12 i 18 anys. Començarem aquest apartat mostrant algunes xifres sobre la penetració del telèfon mòbil entre els joves per acabar destacant dades més qualitatives en relació a diferents aspectes comportamentals i relacionals que han emergit entre els joves belgues amb l'aparició d'aquesta tecnologia.

2.4.2.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

Si bé és cert que Bèlgica ha estat a la cua respecte els seus veïns europeus, ja que en el darrer trimestre de 2000 apareixia com un dels darrers països de l'Europa occidental en franquejar la barrera del 50% d'usuaris, sembla que actualment han superat el retard. Amb una progressió de taxes de penetració del 33% a finals de 1999 al 55% el 2000 i a més del 80% al 2004, Bèlgica sembla haver entrat en la mitjana general de penetració del telèfon mòbil a Europa (Enquesta INRA-Motorola, 2000).

D'entre tots els usuaris d'aquest país, cal assenyalar que a la població belga, són els **joves** els que han estat més sensibles a aquest fenomen ja que, segons les dades actuals, les taxes d'equipament dels menors de 25 anys supera el 80%, apropant-se ja al 90%. Pel que fa a la població adulta, sembla ser que són els menys equipats, ja que *només* una de cada dos persones de 50 anys disposa d'un telèfon mòbil. Com han mostrat Specht, Sperandio i De la Garza (1999), el fet que aquesta darrera categoria d'edat "no s'ha acostumat a una determinada tecnologia o a determinades pràctiques tecnològiques o socials (...) són reticents davant l'ús de noves tecnologies que són, no obstant això, utilitzades pels joves i que romandran quan aquests es facin grans" (p.117), pot explicar en part aquest retard.

Respecte a la **missatgeria SMS**, entre el 92% i el 100% dels de 15 als 18 anys utilitzen regularment aquest servei a Bèlgica. Entre els de 19 a 25 anys, la proporció varia entre el 94% i el 97%. Curios és, doncs, el percentatge de joves que no envien mai un missatge i, el fet que més de la quarta part (28%) utilitza el telèfon mòbil només per a aquesta finalitat.

2.4.2.2. Perspectiva dels adolescents belgues: usos i disponibilitat

Com hem comentat a l'inici de l'estudi belga, Lobet-Maris i Henin (2002) aporten una sèrie d'argumentacions sobre diferents aspectes psicosocials que els joves d'aquest país valoren en relació al telèfon mòbil. Les dades que passem a comentar, les hem agrupat en diferents temàtiques que tenen a veure amb: (a) els usos i la disponibilitat; (b) el mòbil com a objecte d'identitat; (c) el mòbil com a objecte igualitari; (d) el mòbil com a objecte d'independència i autonomia i (e) el mòbil com a objecte de comunicació.

(a) Usos i disponibilitat del telèfon mòbil

El desembre de 2000, INRA-Motorola (2000) va portar a terme una enquesta entre població adolescent de 12 i 18 anys a Bèlgica. Malgrat la franja d'edat no sigui molt àmplia i les dades siguin actualment una mica antigues, val la pena assenyalar algunes tendències.

La primera tendència que aquesta enquesta posa de manifest és que la **l'expansió** del telèfon mòbil i dels SMS és **igualitària** entre **noies** i **nois** d'entre 12 i 18 anys. Malgrat que l'enquesta mostra que els nois en aquest assumpte han estat els *first movers* (els primers usuaris), les noies semblen haverlos agafat el pas molt ràpid, quedant tant sols un retard de menys de dos anys en matèria de disponibilitat d'aquesta tecnologia.

Entre aquests joves, un 20% han rebut un telèfon mòbil com un **regal**, una tendència més marcada entre les **noies** (25%) i entre els joves de 12 a 15 anys (30%). Pel que fa a l'adquisició d'un telèfon mòbil per part dels joves belgues, es poden observar dues vies: una, que és la de la compra autònoma, típica dels *first movers*, i una altra, que és la de la compra per part dels progenitors per controlar l'autonomia del jove adolescent, que fa que el telèfon mòbil a Bèlgica sigui una de les tecnologies "regal" per excel·lència entre els més joves.

Quan es pregunta als joves sobre la **primera utilitat** que veuen en el telèfon mòbil, el 44% esmenten el fet de sentir-se units als amics, un 16% el tenir accés a la missatgeria i un 15% el poder parlar amb els amics. Aquestes dos darreres percentatges, cal senyalar que són més elevats entre les **noies** que entre els nois.

Pel que fa a l'**ús de l'SMS**, el 47% manifestava el 2000 que utilitzava el telèfon mòbil de manera relativament semblant per trucar i rebre trucades i enviar missatges breus, mentre que el 23% de la

població jove informava que l'utilitzava únicament per trucar o rebre trucades. En relació a aquest darrer percentatge, l'enquesta mostra la presència més important de **noies** que de nois.

(b) El telèfon mòbil com a objecte identitari

De la mateixa manera que vestir i les altres modalitats d'expressió corporal que transmeten informacions sobre les característiques socials d'un individu i sobre la idea que es fa sobre un mateix, dels altres i de la situació (Fortunati, 1998), el telèfon mòbil sembla que s'ha convertit en un objecte a través del qual cada persona pot subministrar informacions sobre la seva identificació de gènere, la seva posició social i professional, la seva actitud cap a la societat en la que viu, el seu caràcter o la seva personalitat. Una característica pròpia del període de l'adolescència és la preocupació per la imatge, per això no és d'estranyar que els adolescents siguin molt sensibles als aspectes identitaris lligats a la disponibilitat d'un telèfon mòbil. Tenen certa tendència a enganxar-se a les marques i a estar més preocupats en "semblar" més que en "ser", amb la finalitat de construir-se socialment i afirmar la seva pertinença al grup primari d'amics.

Des d'aquest punt de vista, el telèfon mòbil s'inscriu en el context del "vestit" més que de "la utilitat" i és, per tant, molt més un objecte decoratiu, d'aparença o de moda que una eina de comunicació. Fize (1999) s'ha interessat per l'estudi de la *pertinença social* que descriu com "una resposta al llaç social perdut, al buit del sentit col·lectiu que caracteritza a les nostres societats postmodernes. Els adolescents recreen els seus llaços comunitaris en un teixit que no acaba de trencar-se. Així, sorgeixen comunitats que funcionen sota el principi de tancament al món exterior i que constitueixen la resposta a un sistema social que no se sustenta més, o que cada vegada ho fa pitjor" (p.181). A partir d'aquesta definició podem suggerir que els adolescents en general i, en concret els belgues, creen les seves xarxes de relacions interpersonals per tal de recomposar els seus territoris tancats del grup amb el qual comparteixen els mateixos valors, les mateixes aspiracions, els mateixos referents socials i dins dels quals circulen un determinat nombre de codis o símbols (com el telèfon mòbil) per tal de formar part, d'existir en aquest grup i crear una pròpia cultura i enfortir els llaços de pertinença interna.

(c) El mòbil com a objecte igualitari

Com a símbol identitari, el mòbil ho és igualment per als nois i per a les noies belgues. Aquesta és una peculiaritat d'aquesta tecnologia entre totes les NTICs que han entrat a la majoria de les llars en les darreres dècades: mentre que Internet sembla ser utilitzat de forma més natural entre els individus de gènere masculí, el telèfon mòbil s'acompanya de forma igualitària per l'ús de nois i noies.

Els investigadors belgues, Lobet-Maris i Henin (2002), formulen diverses hipòtesis al voltant d'aquesta darrera afirmació. La primera té a veure amb el fet que el telèfon mòbil és una tecnologia de la informació i la comunicació i que, per tant, fomenta el fet "d'estar junts", valor social que en altres enquestes realitzades amb joves (6.000 joves belgues enquestats l'any 1994 sobre l'ordinador), posa de manifest que són les **noies** més que els nois les que posen l'èmfasi en aquest aparell. Una segona hipòtesis, té a veure amb la manera de disposar per primera vegada d'un telèfon mòbil per part de les noies, que sembla ser diferent a la dels nois. Entre les **noies**, el mòbil sembla entrar freqüentment a través dels pares, com una mesura de seguretat per controlar l'autonomia de les noies. En el cas dels **nois**, pel contrari, la disponibilitat d'un mòbil sembla estar més aviat lligada a un procés autònom, essent el telèfon un assoliment de la identitat masculina i un símbol de modernitat. Encara es pot plantejar una tercera hipòtesis a l'hora d'explicar la difusió homogènia del mòbil entre ambdós sexes. Per una banda, en l'enquesta realitzada el 1994 a 6.000 joves relacionada amb l'ordinador va posar en evidència el fet que els nois se senten més atrets per la tecnologia que les noies. D'altra banda, un estudi realitzat l'any 1995 per Martin i de Singly (2000) sobre l'ús del telèfon fix al domicili familiar mostra que *les noies truquen amb una duració cada vegada més llarga* (p.115). Si considerem que el telèfon mòbil és una síntesi entre el telèfon fix i la tecnologia, de tot el que hem exposat podem deduir que si s'utilitza de forma igualitària per les noies i pels nois, ho és almenys en part perquè les primeres se senten més atretes per la perspectiva de relacions interpersonals i socials oberta per una eina de comunicació, mentre que els segons s'interessen molt més pels aspectes tecnològics de l'objecte, és a dir, en els valors d'afirmació de sí mateix que el mòbil comporta.

(d) El mòbil com a objecte d'independència i d'autonomia

El desenvolupament del telèfon mòbil com una eina de comunicació "personal" sembla respondre a determinades necessitats engendrades pels canvis lents però profunds de la nostra societat. L'investigador francès Heurtin (1998) evoca tres factors presents en la creixent complexitat de l'organització i en la forma de les interaccions familiars: (1) l'emergència de les famílies monoparentals o recomposades, particularment demandant de llaços telefònics personalitzats, en raó a la seva estructura trencada; (2) la "democratització interna" de la família que accentua l'autonomia dels individus i és "susceptible d'afavorir la difusió d'una telefonia menys col·lectiva i més personal"; i (3) l'allargament relatiu de la durada de la cohabitació dels fills a la llar parental, que genera la demanda de dispositius de comunicació individual que permeten assolir una certa autonomia respecte els progenitors.

Un altre aspecte de la telefonia mòbil que té a veure amb el desenvolupament de l'autonomia dels propis joves és el fet de qui paga les despeses d'aquest aparell. A Bèlgica, sembla ser que els usuaris joves costegen cada vegada més les seves pròpies despeses, i no els seus familiars. En altres paraules, es converteixen en els seus propis gestors dels pressupost telefònic, fet que els porta a alternar els rols de pagador i receptor i, conseqüentment, a mantenir una relació equilibrada entre aquests dos papers.

(e) El mòbil com a objecte de comunicació

El mòbil pot oferir diverses possibilitats als seus usuaris com la de proporcionar **diversió i oci** a través de les múltiples funcions que amb ell es pot desenvolupar, a més dels jocs (cada vegada més sofisticats) que aquests aparells porten incorporats. Ara bé, els seus aspectes identitaris i els múltiples valors socials que aquest aparell comporta no ens ha de fer oblidar que originalment es tractava d'una eina de **comunicació**. Com ho mostra l'enquesta realitzada per Lobet-Maris i Henin (2002), la majoria de noies i noies belgues entre 12 i 18 anys posen de manifest que el motiu principal de l'ús del telèfon mòbil és el fet *d'estar localitzables o accessibles*. Després d'aquesta motivació sembla ser que hi ha dos fenòmens psicossocials que val la pena esmentar.

El primer té a veure amb l'existència social del jove en el seu *grup d'amics*. Per existir socialment en la xarxa és necessari, sobretot, estar junts, ser trucat. A les trucades rebudes no se'ls atribueix un valor funcional ("em comunico molt") sinó que un valor simbòlic o existencial ("rebo trucades, aleshores existeixo"). En aquest mateix sentit, el nombre de missatges rebuts és un important baròmetre de la importància social de l'adolescent.

El segon fenomen té a veure amb l'evolució dels *llaços familiars*. Com assenyala Heurtin (1998), "les estructures familiars i les maneres de viure tendeixen (...) avui en dia a evolucionar, i aquestes evolucions són susceptibles d'orientar-se cap a un sentit del desenvolupament de la telefonia mòbil residencial" (p.10). Abans, la llar servia de marc espacial i social de la comunicació entre progenitors i fills. Actualment, aquest marc emergeix com a creixent buit de llaços socials en virtut de determinades evolucions com la incorporació de la dona al món laboral, les transformacions de les estructures familiars en famílies cada cop més monoparentals o recomposades, i l'allargament de la durada de la cohabitació de pares i fills. Tot això contribueix a fer del mòbil un "enllaç" cada cop més present en la relació entre adolescents i adults. Donat que "l'aquí junts" no existeix més, es tendeix a recomposar la família en "un altre lloc". Així, per alguns joves belgues, la telefonia mòbil representa un vincle que constitueix un llaç entre ells i els seus progenitors.

2.4.3. Finlàndia: la comunicació mòbil en la vida dels nens i adolescents finesos

Finlàndia resulta ser uns dels països d'Europa on es disposen amb majors percentatges de telèfon mòbil per renda per càpita. Per analitzar les peculiaritats de l'expansió i l'ús del telèfon mòbil en la vida dels nens i dels adolescents finesos, ens centrarem principalment en l'estudi dut a terme per Oksman i Rautiainen (2002). Aquests autors realitzen un estudi recollint les opinions dels nens i els adolescents de Finlàndia, destacant com aquest aparell constitueix una part important del seu dia a dia, servint-los per a organitzar les activitats quotidianes amb un estil de comunicació propi, alhora que és un mitjà per construir la seva xarxa social. Altres autors com Puro (2002) o Nurmela (1997, 1998; Nurmela *et al.*, 2000) també han fet una anàlisi de la cultura mòbil finesa però més centrada en la població general.

2.4.3.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

Finlàndia té el major radi per càpita del món pel que a disponibilitat de telèfon mòbil es refereix (Puro, 2002). Aquest elevat radi de penetració està influenciat per la presència de Nokia, empresa líder en telecomunicacions. Puro (2002) explica que cada "noi/a finès aprèn que hi ha un nom, Nokia, que és quelcom molt important en la vida dels finesos. És quelcom monumental i important que afecta a tothom a Finlàndia" (p. 28). De fet, els finesos sovint empren el mot "Nokialització" per descriure aquest fenomen.

La telefonia mòbil a Finlàndia ha tingut una gran repercussió en l'àmbit internacional i ha despertat molt interès, en particular, en l'ús que fan els adolescents d'aquest aparell. L'expansió del telèfon mòbil entre la gent jove va començar com a novetat l'any 1997 quan els terminals mòbils barats van aparèixer en el mercat i les operadores de mòbil van oferir pels seus serveis preus més competitius. El nombre de missatges breus que es van enviar en els dos primers mesos de 1998 va ser set vegades més gran que en tot l'any anterior (Kopomaa, 2000).

Segons el Ministeri de Transports i Comunicacions finès, el 85% de les llars fineses tenen un abonament al mòbil; i d'acord amb estudi realitzat per l'Escola de Tecnologia i Economia de Pori, l'any 2002 el 60% dels nois i les noies en edats compreses entre els 9 i els 12 anys disposen d'un telèfon mòbil; mentre que per als que estan entre els 13 i els 16 anys la xifra s'aproximava al 90%.

Com a fenomen de recent aparició en la cultura i en la societat, la comunicació a través del mòbil entre els adolescents ha fet que els investigadors ens plantejem una sèrie de qüestions claus, que al llarg d'aquesta tesi seran tractades a partir de les argumentacions i opinions aportades pels propis participants en aquest estudi. Algunes d'aquestes qüestions són: *Quina és l'edat adequada per tenir aquest aparell? Com ha de ser la formació dels nens i els adolescents? Com ha de ser la relació entre els nens, els adolescents i aquesta eina de comunicació?*

En el cas de Finlàndia, l'any 2000 era corrent que els nois i noies d'entre 10 i 12 anys disposessin del seu primer aparell mòbil i, segons una publicació anomenada *Esdeveniments urbans a la ciutat de Helsinki*, una tercera part dels nois i noies de 10 anys disposaven d'un mòbil propi. El Centre d'Investigacions de la Societat de la Informació (INSOC) de la Universitat de Tampere, ha estat recollint dades de la comunicació mòbil de nens i adolescents des de 1997, i el corresponent estudi s'ha realitzat en col·laboració amb les cases Nokia, Sonera Mobile Operations i Tekes.

L'estudi finès d'Oksman i Rautiainen (2002) es va dividir en dues temàtiques: la comunicació mòbil d'adolescents (13 a 18 anys), per una banda, i la dels nens per sota dels 13 anys, per l'altra. Des de l'any 2000, els investigadors han aplicat una metodologia de tipus etnogràfica. La etnografia de mitjans de comunicació contempla l'ús que els subjectes fan d'aquest aparell en un context sociocultural (Morley, 1986; Silverstone, 1994). El principal èmfasi es posa en l'observació i en les entrevistes temàtiques qualitatives amb nens, adolescents i progenitors. Les entrevistes es van enfocar cap a la presència de la telefonia mòbil en la vida quotidiana dels nens i adolescents, concretament en: *la compra del telèfon mòbil, el seu ús i la importància que té en les seves vides*. Aquests temàtiques també s'exploren en la fase qualitativa d'aquesta tesi, fet que ens permetrà comparar les respostes dels adolescents catalans i els finesos i que, presumiblement, ens ajudarà a comprendre la penetració d'aquest aparell en la cultura global dels adolescents.

2.4.3.2. Perspectiva dels adolescents finesos: característiques de la comunicació mòbil

És interessant citar una de les experiències relatades en una de les entrevistes realitzades per Oksman i Rautiainen (2002) per part d'un noi finès de 17 anys:

“Podria dir que el meu dia de comunicació mòbil comença per la nit quan activo l'alarma a les 7. Al matí següent em desperto, paro l'alarma i vaig a veure si tinc missatges (...) Llegeixo els missatges i els contesto per la tarda, que es quan connecto el so i rebo la majoria dels

missatges. Per exemple, algú em pot preguntar on em trobo, si un amic està pel centre de la ciutat (...) Si la meva mare, el meu pare o la meva germana volen parlar amb mi em truquen i així estan les coses”

En aquesta cita, un jove de 17 anys parla de com són les coses un dia qualsevol amb el telèfon mòbil, evidenciant el rol d'aquest aparell com quelcom “normalment” incorporat en la seva vida. La **moda del mòbil** perdura clarament des de fa alguns anys essent el tema de conversa dels adolescents, a més de ser un símbol d'estatus.

D'altra banda, en la vida dels adolescents d'aquest país, **l'ús del telèfon mòbil està clarament associat a la resta de tecnologies de la informació i la comunicació**. Com corroboren els investigadors finesos, els adolescents es mouen amb gran fluïdesa pels nous mitjans quan es comuniquen o busquen informació. En aquest sentit, Drotner (2000) fa una apreciació interessant destacant que el que per a una gran majoria es coneix com els nous mitjans de comunicació, no ho són tant pels adolescents d'avui en dia. Per les generacions joves, els telèfon mòbils i Internet són quelcom que sempre ha existit, i els joves usuaris en poques ocasions s'han fixat en el que han trigat o no en estar disponibles, mentre que els adolescents són acurats a l'hora d'escollir el mitjà més adequat segons el temps, el lloc i el nivell de privacitat. Conseqüentment, el concepte “mitjans” ha d'entendre's com quelcom generacional i, la separació entre mitjans **nous** i **antics** depèn del context i potser, en alguns casos, és una construcció certament artificial (Suoranta i Ylä-Kotola, 2000).

Els adolescents que *no tenen mòbil propi* fan ús del dels seus amics o del dels seus progenitors adquirint així un coneixement general del mateix. El **determinisme tecnològic** és patent en el pensament de molts adolescents, que defensen que la nova generació ha de situar-se en els desenvolupaments tecnològics. El determinisme tecnològic i la por a la tecnologia, que possiblement es doni més en les noies que en els nois (Oksman i Rautiainen, 2002), van dirigits cap als ordinadors i el seu desenvolupament; i encara que una noia porti molts anys d'experiència amb els ordinadors, pot quedar-li la sensació de no ser encara una experta. Pel contrari, els artefactes de comunicació mòbil es contemplen com una tecnologia molt assequible. Pels adolescents el telèfon mòbil apareix com un objecte d'ús diari. Veurem al llarg d'aquesta tesi si, com afirmen aquests autors, el determinisme tecnològic està més dirigit a les noies o, pel contrari, aquestes s'han convertit amb el pas dels anys en les grans usuàries de múltiples tecnologies.

L'ús que fan els adolescents del mòbil té unes característiques especials que són molt diferents de les que en fan els adults. Les activitats que formen part de la **cultura del telèfon mòbil dels adolescents** són: *l'ús extensiu de la missatgeria de text, les "trucades bomba" (o altrament conegudes con les trucades perdudes) i els jocs* (Kasesniemi i Rautiainen, 2002). Una altra activitat característica dels adolescents és *la personalització del telèfon mitjançant els canvis de to de trucada i de la seva aparença externa*. A més, el telèfon mòbil funciona com un artefacte versàtil, i també com un objecte útil de la vida diària. En primer lloc, els adolescents finesos utilitzen el telèfon mòbil per *organitzar la seva vida diària i mantenir les seves relacions socials*. Els temes de comunicació més importants dels adolescents amb la seva **família** es concreten en temes relatius a l'oci i el temps lliure i l'hora de tornar a casa. A més, segons aquests adolescents, els seus pares no dominen el llenguatge dels SMS, ni les pistes emocionals que estan incloses en el seu vocabulari. Un altre tema central en la comunicació interna de les famílies és la cura mútua de cadascun dels seus membres. El més important pels adolescents de la comunicació mòbil continua essent la *constitució i el manteniment del seu entramat social*, i amb aquesta finalitat la comunicació es serveix de tot l'espectre *emocional*.

Quan s'inicien les *primeres relacions amb l'altre gènere* és quan els adolescents afirmen que els SMS són un mitjà de comunicació excel·lent. Al principi la comunicació amb el mòbil és molt intensa i la finalitat perseguida no és una altra que *conèixer-se entre sí uns i altres* i, fins i tot en el cas dels adolescents *tímids* podrien expressar-se sobre temes que no s'atrevirien a fer per un altre mitjà. A partir dels 10 i 12 anys els adolescents comencen a adonar-se que el telèfon mòbil és "un accessori que cal tenir" i insisteixen als seus pares perquè els ho comprin. Els joves finesos que s'aproximen a l'adolescència mostren necessitat **d'espai propi i comunicació privada**.

Per acabar, com assenyala Puro (2002), els nens i adolescents finesos han adoptat i interioritzat les normes de la nova cultura mòbil. En aquest sentit, és fàcil entendre perquè molts investigadors finesos s'interessen per la cultura juvenil d'aquest país. Actualment, a Finlàndia, sembla ser que majoritàriament la gent ha nascut amb un mòbil i els infants aprenen a l'adolescència que la cultura mòbil segueix a la gent allà on sigui. Cada infant de Finlàndia aprèn que hi ha un nom, *Nokia*, que és algú molt especial a la vida de tots els finesos. Per tant, els més joves no veuen problema en una societat en que el telèfon mòbil pot sonar en qualsevol moment i en la que la vida social està basada en el constant contacte. Això és, després de tot, un aspecte lògic de la *Nokialització*.

2.4.3.3. Perspectiva dels progenitors: el mòbil com a dispositiu de seguretat

Els progenitors finesos que Oksman i Rautiainen (2002) van entrevistar en el seu estudi, informaven **comprar al fill o la filla un telèfon mòbil** quan arribava una edat en que començaven a expandir la seva vida fora de la llar, com l'etapa de l'inici de l'escolarització i l'augment de "hobbies" i dels amics. Els progenitors que més s'interessen per les NTICs són els que amb més decisió s'inclinen per la decisió de comprar un telèfon mòbil per al seu fill. Fins i tot, alguns pares, consideraven el seu deure la formació dels fills per a què arribin a ser *ciutadans mòbils* i pensaven que el domini del telèfon mòbil i d'altres tecnologies de la informació i la comunicació era un mitjà per prevenir la seva exclusió social i garantir el seu estatus futur com a membre de ple dret de la societat de la informació.

En la vida diària de les famílies fineses, el telèfon mòbil constitueix un element de **seguretat** entre els fills i els seus progenitors. El que realment es valora és el fet de poder mantenir el *contacte*. Els pares assenyalen la **seguretat** com una característica determinant en la compra i la utilització del telèfon mòbil; és a dir, que la possibilitat de garantir la seguretat dels fills es considera la raó més important per comprar-los un telèfon mòbil. El telèfon mòbil es considera com una petita inversió en la seguretat del fill. Les **noves situacions familiars** com el divorci, les famílies amb fillastres i les monoparentals plantegen situacions concretes per a l'organització de la vida diària. El telèfon mòbil s'utilitza per **facilitar l'equilibri entre el treball i la família**, permetent la connexió dels pares amb el fill quan, els uns o els altres, són fora de la llar.

2.4.4. Gran Bretanya: joventut i mòbils

Haddon (2002) fa un recull de diferents dades d'estudis científics que ens permeten conèixer quin és el panorama actual de la telefonia mòbil entre els adolescents britànics. Les troballes que anirem desglossant en aquest apartat, tenen a veure amb la joventut i els mòbils basats en una investigació anomenada Btexact (per a més informació vegeu www.btexact.com). En concret, en aquesta recerca es recullen dades longitudinals de les llars sobre les tecnologies, dades qualitatives sobre joventut i mòbils i, un tema més concret en relació als mòbils com a objecte de regal.

A més de les dades que Haddon (2002) aporta des de la seva recerca, dedicarem un espai en aquest apartat a exposar les contribucions que Green (2001, 2002, 2003) aporta sobre les relacions entre la gent jove d'Anglaterra i el telèfon mòbil. Les dades que presenta l'autora són fruit d'una llarga investigació de caire qualitatiu entre grups de gent jove d'entre 11 i 18 anys d'aquest país.

2.4.4.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

Un estudi recent realitzat per EURESCOM (*European Institute for Research and Strategic Studies in Telecommunications*) va posar de manifest, en comparació amb d'altres països europeus, que el Regne Unit no estava entre els líders de **penetració** del mercat mòbil (els líders són els països escandinaus, Itàlia i Holanda). No obstant això, el Regne Unit estava en el segon grup, conjuntament amb països com Alemanya i França (Mante-Meijer i Haddon, 2001). Malgrat que el Regne Unit va ser un dels primers països europeus en adoptar el GSM i que el telèfon mòbil sigui considerat com un producte d'èxit i conegut entre els joves britànics, l'interès no ha estat tan gran com en d'altres països.

En una investigació realitzada l'any 2001, patrocinada per l'òrgan regulador britànic (OFTTEL), i cobrint una població de 15 i més anys, es va evidenciar que el 73% d'aquesta mostra afirmava tenir un telèfon mòbil propi (OfTel, 2001). MORI, la consultora que va realitzar l'enquesta, ha emmagatzemat i recollit dades des de l'any 1999, quan la penetració era del 27%. Per tant, podem apreciar la magnitud del creixement en els darrers anys.

Al Regne Unit, el terme "joventut" és pràcticament intercanviable amb el de **teenager** (en anglès *teenager* ve dels numerals acabats en *teen*, que van des del 13 al 19), això és per sota dels 20 anys, tot i que 18 sigui el límit per convertir-se legalment en adult. Per sobre dels 20, se'ls sol

considerar com (joves) adults. En la majoria de les enquestes que analitzen tecnologies com el telèfon mòbil, les mostres solen ser de joves de 15 o 16 anys, pel que les dades sobre els més joves són difícils de trobar. Al Regne Unit no es disposa de dades oficials que coincideixen rigorosament amb el que la gent entén per joventut. Tanmateix, sí que s'utilitzen les edats que comprenen dels 15 als 24 anys com una aproximació. Aquest és un dels grups on el mòbil esdevé més popular ja que el 88% manifesta disposar d'aquest aparell.

2.4.4.2. Perspectiva dels adolescents britànics: els estudis quantitius i qualitius

Com a dades **quantitatives** rellevants, Haddon (2002) fa un recull d'un estudi longitudinal realitzat per *BTextact Technologies* que analitza diversos temes a l'entorn del telèfon mòbil. La primera recollida de dades es va realitzar l'any 1998, la segona el 2000 i la darrera el 2001. Els entrevistats van ser **joves majors de 16 anys**. Observant el tram de 16 a 19 anys, un 18% manifestava disposar d'un mòbil quan van començar a ser entrevistats per primera vegada. En la segona recollida de dades, la xifra havia pujat fins al 75% el 2000. I el 63% d'aquells que tenien un mòbil utilitzaven la targeta **prepagament** (les targetes prepagament permeten a l'usuari carregar l'import econòmic que vulgui sense haver de tenir un contracte fix amb la companyia de telefonia mòbil. Quan el saldo de la targeta s'acaba, l'usuari la pot tornar a carregar amb l'import que desitgi).

Quan se'ls va preguntar per **la raó més important per disposar d'un mòbil**, la meitat al·ludia a la paraula *seguretat*. Les dades obtingudes en l'estudi qualitatiu, del qual en parlarem una mica més avall, posen de manifest que mentre que la joventut britànica a vegades accepta les preocupacions paternes respecte al fet d'estar en llocs segurs, els joves també s'aprofiten d'aquesta preocupació per justificar tenir un mòbil. Ambdós aspectes exemplifiquen les respostes a aquesta pregunta. En la segona recollida de dades, el 28% dels joves britànics van manifestar que la raó més important per tenir un mòbil era *la facilitat per parlar amb els amics*, motiu que concorda amb els arguments aportats pels joves en l'estudi qualitatiu respecte la importància de les pautes de socialització entre els iguals en aquesta franja d'edat. Si analitzem les respostes sobre l'**ús**, *molt pocs* dels de 16-19 anys ho feien per *emergències*. Així doncs, tot i que la seguretat figurava com a motiu de compra, sembla ser que el mòbil s'utilitza també per altres fins.

Els **estudis qualitius** que s'han dut a terme al Regne Unit aporten dades força similars a les d'altres estudis realitzats a d'altres països europeus. Entre els **iguals**, la comunicació per mòbil s'usa per controlar els *canvis dinàmics en les relacions entre aquests*, ja que és important saber la

localització dels iguals, saber què estan fent i saber amb qui estan (Green, 2001). Els iguals són els que fan les *modes* i els que influeixen en els usos fixant-se en les marques dels uns i els altres, considerants els aspectes estètics del mòbil.

Com en d'altres països europeus, a Anglaterra s'ha observat que la **missatgeria de text** no només ajuda a consolidar la relació entre iguals en el cas dels més joves, sinó que també ajuda a diferenciar-los dels adults (Taylor i Harper, 2001). D'acord amb el paper de la microcoordinació ja observada en els estudis noruecs (Ling i Yttri, 2002), l'SMS s'utilitza tant per quedar amb els amics com per planificar moments per parlar (Eldridge i Grinter, 2001).

2.4.4.3. Perspectiva dels adolescents britànics: identitat grupal i diferència

Centrant-nos en la *identitat i la diferenciació grupal*, una de les primeres evidències que es recull en l'estudi de Green (2002) té a veure amb el fet que la gent jove utilitza el telèfon mòbil per la seva **microcoordinació**. Aquesta idea també apareix i és recolzada per les recerques europees. Per exemple, Ling i Yttri (2002) en el seu estudi realitzat amb joves de Noruega, van poder observar que més enllà de la microcoordinació es produïa una hipercoordinació que tenia a veure tant amb aspectes instrumentals, d'accessibilitat o aspectes d'autopresentació dins i fora del grup. Aquests autors argumenten que la hipercoordinació és molt més important pels adolescents que per altres grups.

A més, en l'estudi de Ling i Yttri (2001) també es posa en evidència que qüestions com la identitat i la identificació, l'autoconcepte i la formació de la personalitat tant amb la família com amb els amics són d'important transcendència durant l'adolescència. Nafus i Tracey (2001), per exemple, argumenten que el consum del telèfon mòbil els atorga una posició material i simbòlica en la construcció de la identitat i altres conceptes associats amb la formació de la personalitat. De manera similar, Kasesniemi i Rautiainen (2001) identifiquen un important nombre de trets d'identitat dels joves, com la disminució en l'edat de disposar d'un mòbil, les diferències de gènere i particulars formes d'ús del mòbil (com els missatges breus) que s'utilitzen entre els grups d'amics de la gent jove.

Tornant a l'estudi de Green (2002), esdevé rellevant destacar que entre els diferents grups de joves anglesos el telèfon mòbil és percebut, en primera instància, com una eina comunicativa que permet de forma positiva i emocional estar en contacte amb els altres (sobretot amb els amics). A més, el telèfon mòbil proporciona als joves un important sentit de control sobre les seves vides i afers (vegeu

també Skelton, 1989). En aquest sentit, com posen de manifest Gillard *et al.* (1998), el telèfon mòbil esdevé una extensió de les relacions interpersonals entre el grup d'amics i els amics íntims. Pels adolescents anglesos, la combinació de l'espai privat a casa i la comunicació íntima amb els amics pot significar que els amics tenen major influència en el seu desenvolupament emocional i el seu benestar.

Seguint a Green (2002), la construcció de les identitats personals entre els adolescents anglesos mitjançant els aparells mòbils depèn fonamentalment del *valor social, cultural i econòmic* que aquestes tecnologies representen, ja que els adolescents estan endinsats en unes complexes relacions basades en la solidaritat i les aliances i la construcció de la identitat i la diferenciació del grup d'iguals i la identitat familiar.

2.4.4.4. *Perspectiva dels progenitors: els estudis quantitius i qualitius*

En la primera recollida de dades de l'enquesta Btext realitzada l'any 1998, es va preguntar als progenitors anglesos sobre *quines consideraven que eren les raons (pels joves menors de 16 anys) per tenir un mòbil*. Un 70% dels pares va manifestar que per *emergències* i un 58% per la necessitat dels joves *d'estar en contacte amb els amics*. Aquests percentatges, segons Haddon (2002), resulten interessants per diverses raons: (a) perquè tot i que la *seguretat* és molt important pels progenitors, no és la única raó ni la més poderosa; (b) perquè hi ha molts pares que compren mòbils als seus fills, o que els permeten tenir-los, per potenciar la *socialització* dels seus fills; i (c) perquè les investigacions sobre el telèfon tradicional van posar de manifest certes tensions, fins i tot el conflicte, entre pares i fills per l'ús del telèfon. En estudis anteriors realitzats per Haddon (1994, 1998), es va observar que a quasi dues terceres parts (65%) dels joves de 14 a 17 anys a Gran Bretanya, els progenitors es queixaven del cost de les seves trucades. A més de les dues raons anteriors esmentades, els progenitors anglesos consideraven que els nois i noies menors de 16 anys que disposaven d'un mòbil, era per *no utilitzar el telèfon fix de casa* o perquè aquests *insistien molt demanant-lo*.

En relació a la pregunta **sobre qui pagava les despeses del mòbil**, les dades posen de manifest que el fet de fer que els nois i noies anglesos paguin les despeses del seu telèfon mòbil no és només una manera de: (a) *resoldre les tensions* sobre les despeses del mateix, sinó que també és un pas endavant per animar-los a (b) *ser independents i prendre les seves pròpies decisions sobre les finances* (Ling i Helmersen, 2000).

D'altra banda, les dades qualitatives recollides en l'enquesta de *Btextact* posen de manifest que els progenitors **controlen l'ús i les despeses** del mòbil dels fills. Per començar, com ja s'ha dit anteriorment, alguns joves permeten que els seus progenitors els vigilin i sàpiguen a on estan, per així poder tenir mòbil. De vegades, els nois i noies accepten les preocupacions paternes sobre la seva seguretat en llocs públics com quelcom legítim (Green, 2001).

La joventut pot guanyar privacitat pel fet d'utilitzar el mòbil, parlant moltes vegades amb els seus amics des de casa seva en comptes d'emprar el telèfon fix. Per això, en algunes ocasions, col·laboren amb la vigilància paterna mentre que en d'altres ocasions es resisteixen desenvolupant, fins i tot *estratègies per evitar el control dels progenitors* com ara les excuses de "no tenir bateria" o "cobertura" quan es desconnecten dels seus progenitors (Green, 2002). La investigació qualitativa des de la perspectiva paterna demostra que el fet de fer que els fills tinguin mòbils pot ser, fins i tot un mitjà per a què els progenitors col·laborin en que aquests adquireixin la independència. En aquest sentit, mentre que el telèfon mòbil pot ser una nova tecnologia, s'utilitza com un mitjà tradicional de permetre als joves que es desenvolupin com a persones.

2.4.5. Holanda: l'ús de la missatgeria mòbil per part dels joves

Els investigadors Mante-Meijer i Pires (2002) realitzen un estudi sobre l'ús del mòbil i l'SMS per part dels joves holandesos. Per dur a terme aquesta revisió, els autors utilitzen diverses fonts de dades que presentarem en aquest apartat. A saber: estadístiques generals dels instituts estadístics d'Holanda; dades quantitatives i qualitatives de l'Eurescom Holanda (2001); estudis d'altres autors sobre els estils de vida i desenvolupament dels joves holandesos.

2.4.5.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

Holanda gaudeix d'un important percentatge de penetració del telèfon mòbil i d'altres tecnologies de la informació i la comunicació (Mante-Meijer i Heres, 2003). Els holandesos han convertit el telèfon mòbil en una necessitat, ja que segons Beckers, Mante-Meijer i Schmidt (2003) els holandesos han esdevingut progressivament "intel·ligents a nivell tecnològic". Segons aquests autors, els ciutadans holandesos tendeixen a tenir escassos nivells d'ansietat quan es tracta d'utilitzar tecnologia digital. Aquest fenomen pot ser el resultat del sistema d'ensenyament d'aquest país pel que fa a la implantació i l'ús de les tecnologies a les aules dels centres educatius. Els nens d'aquest país ja estan familiaritzats en el seu ús des de ben petits.

La comercialització dels telèfons mòbils a Holanda va començar l'any 1998. En aquest període, aquest aparell era molt car i només el podien comprar uns quants. L'any 1994, el GSM es va introduir en el mercat holandès, orientat a les persones treballadores mòbils, de mitjana edat. L'any 1996, el 5% de la població holandesa disposava d'aquest aparell. Avui en dia, es pot parlar d'un creixement explosiu dels usuaris a partir de la segona meitat de la dècada dels 90. A finals de 2001, al voltant d'un 77% dels nois i noies holandesos de 12 a 15 anys disposaven d'un mòbil i més del 80% dels joves d'entre 15 i 22 anys també en disposaven (Eurescom, 2001).

A Holanda, la popularitat del mòbil ha anat creixent amb l'aparició de la modalitat de la *targeta prepagament*. El 90% dels adolescents d'entre 12 i 16 anys propietaris d'un mòbil tenen aquest modalitat de pagament, ja que la seva situació econòmica és més dèbil que la dels adults.

2.4.5.2. La perspectiva dels adolescents holandesos: diferències en l'ús del mòbil amb els adults

Com s'està observant en altres estudis (per exemple, els realitzats per Ling a Noruega, el comportament dels adolescents holandesos amb el telèfon mòbil difereix del dels adults. Mante-

Meijer i Pires (2002), observen que en comparar aquests dos segments de la població apareixen diferències importants:

- *Elevat percentatge de disponibilitat i més elevat percentatge de targetes prepagament.* Els adolescents tendeixen a disposar en major percentatge que els adults d'un telèfon mòbil i quan el tenen ho fan generalment amb la modalitat prepagament.
- *Ús intensiu dels SMS.* Els adolescents són els usuaris més intensius dels missatges breus. La missatgeria és una forma popular de comunicar-se entre els joves.
- *Ús intensiu dels jocs.* Quasi tots els joves utilitzen aquesta funció, alguns només ocasionalment, altres sempre que tenen un minut disponible.
- *Elevat percentatge de conversa entre els amics.* Una altra diferència entre els adolescents i els adults és el tipus de gent amb la que es comuniquen. Entre els adolescents, la majoria de les converses són mantingudes amb els amics (75%). Els adults tenen menors converses amb els amics i més converses amb els familiars (28%), els socis (25%) i altres companys de feina (22%). Aquest fet il·lustra novament la important funció que té el mòbil en la societat holandesa *entre el grup d'iguals*.
- *Fora necessitat de personalització.* Tenir un mòbil no és suficient, ha d'estar personalitzat. Els accessoris dels mòbils com ara els colors de les carcasses, les melodies dels tons i les imatges tenen un important sentit en la cultura del mòbil dels adolescents.
- *Ús del mòbil pels contactes de curta distància.* Quan la xarxa social està més enllà d'un límit curt, s'utilitzen els telèfon fixes, les cartes i els correus electrònics per mantenir el contacte. Una característica típica de la joventut holandesa és que està feta de cercles molt tancats: persones del barri, de l'escola, del centre cívic, etc. Per tant, el mòbil és un mitjà molt pràctic per mantenir-se en contacte quan la conversa *cara a cara* no és possible.
- *Diferències de gènere en l'ús del mòbil.* Sembla ser que els **nois** estan més interessats per les funcions tècniques de l'aparell. L'utilitzen més per a finalitats recreatives i no comunicacionals. Les converses són més breus i més dirigides a la coordinació i a l'organització. Les **noies**, pel contrari, utilitzen el mòbil com a part de la seva cultura comunicacional. Fan més èmfasi en la comunicació i són les grans usuàries de l'SMS i dels accessoris del mòbil.

2.4.5.3. La perspectiva dels adolescents holandesos: l'ús dels SMS

Mante-Meijer i Pires (2002) sostenen que el fet que els **missatges breus** tinguin tant d'èxit entre els joves holandesos significa que realment emplen i donen resposta a les necessitats de comunicació

específiques d'aquest grup d'edat. Aquestes són algunes de les *avantatges* que aquesta forma de comunicació ofereix als joves:

- La **velocitat**. Els joves tenen moltes habilitats per enviar missatges amb aquest mitjà. Per aquest motiu diuen que és més ràpid enviar un missatge per escrit que fer una trucada telefònica llarga i costosa.
- Els **diners**. La missatgeria és menys costosa que les trucades. A més, els joves senten que així controlen millor les seves despeses.
- La **comoditat**. Els missatges poden ser rebuts i enviats silenciosament, la qual cosa implica major discreció i evita llargues converses.
- És **menys directe**. Comparat amb la conversa cara a cara, la trucada telefònica té l'avantatge de no tenir contacte visual, la qual cosa simplifica molt les converses. Però amb l'SMS, aquest efecte és encara major, ja que es té més temps per pensar el que es vol dir en el missatge i el receptor no pot treure conclusions dels indicadors físics.

El fenomen que podem observar a Holanda no és l'únic. S'observa igualment, per exemple, en els països nòrdics (Finlàndia, Suècia, Noruega i Dinamarca) però també a Bèlgica, Regne Unit i Alemanya, on s'observen elevats índexs de penetració de la telefonia mòbil entre els adolescents. Mante-Meijer i Pires (2002), en referir-se quasi de forma exclusiva al cas holandès, han oblidat fer referència a altres països i no només als europeus (com el Japó o Corea) on els fenòmens són similars.

Seguint amb el cas holandès, Haddon i Silverstone (1996) han desenvolupat una teoria sobre la disponibilitat i la *domesticació* de les tecnologies de la informació i la comunicació en la vida quotidiana, que explica perquè aquesta nova tecnologia, després d'un determinat temps, troba el seu camí en els hàbits quotidians de les persones i, sobretot, dels adolescents. Després d'una adopció inicial, la gent analitza les diferents possibilitats d'ús i adapten la tecnologia a les seves necessitats específiques i a les pautes de comportament. Per aquest motiu, els usos difereixen substancialment així com els significats associats a la mateixa tecnologia. Segons els autors, el fet que els joves en tot Europa sembli que tinguin les mateixes pautes d'ús del telèfon mòbil i de les seves diferents funcions o activitats cal explicar-ho a partir de situacions comparables sobre els entorns juvenils europeus, la qual cosa exclou les diferències culturals com veurem tot seguit.

La joventut i estils de vida dels adolescents en la darrera part del segle XX, es pot concebre com un escenari d'individus atrapats en la transició perllongada des de la infància fins a la vida adulta. En aquesta transició, han d'aprendre una gran quantitat d'aptituds que els preparen per a les tasques que han de desenvolupar com adults. Havighurst (1972) fa referència a: tenir noves relacions i més maduras amb els joves d'ambdós gèneres; adquirir un rol social masculí o femení; acceptar el físic i utilitzar el cos d'una forma efectiva; assolir la independència emocional dels seus progenitors; preparar-se pel matrimoni (o la vida en parella) i la vida de família; preparar-se per una carrera econòmica; adquirir un conjunt de valors i un sistema ètic com a guia de conducta i desitjar i aconseguir una conducta socialment responsable.

La situació preponderant dels joves en el segle XXI en la moderna societat occidental és el temps perllongat que passen en el sistema educatiu. En aquest període, els joves depenen econòmicament dels seus progenitors i viuen durant molt temps en les llars paternes amb l'obligació d'obeir les normes imposades pels seus progenitors. Lewin (1970) argumenta que els adolescents, en passar de la infància a la vida adulta, entren en una situació "cognitivament desestructurada". En aquest període de la vida, han de desenvolupar un *autoconcepte satisfactori* en un estadi caracteritzat per la incertesa i el canvi. L'adolescent ha d'aprendre a funcionar fora de l'esfera de la família en la que els progenitors són el principal punt de referència. En aquest sentit, els *iguals* es converteixen en el principal punt de referència. La gent de la mateixa edat es converteixen en persones comprensives, benvolents i reconfortants en les que poden trobar suport. Els iguals juguen un paper important en la seva socialització (idea àmpliament desenvolupada per Harris, 1995, referenciada en l'apartat 1.5 del capítol I, pàgina 73), tant en l'escola com en el temps d'oci. *Les relacions i la comunicació amb els iguals és important en les seves vides*. Per aquest motiu els dispositius de comunicació (com el telèfon mòbil) que els permeten estar en contacte amb els iguals es converteix en quelcom absolutament decisiu en aquest període de la vida. Això explicaria la popularitat del telèfon mòbil i dels missatges breus entre els adolescents.

D'altra banda, s'ha observat en alguns estudis que les *pautes de comunicació i el contingut de la mateixa*, poden variar de grup a grup. Coleman (1979) proposa diferents pautes relacionals en diferents grups d'edat. La gent jove afronta les seves obligacions resolent-les una a una seqüencialment. Segons aquest autor, la preocupació pels rols i les relacions amb el gènere oposat tenen la seva màxima expressió a l'edat de 13 anys. La preocupació pel rebuig o acceptació pels iguals és molt important al voltant dels 15 anys; el tema d'assolir la independència dels progenitors evoluciona de forma ascendent fins als 16 anys i, després decau. Aquestes pautes impliquen també

diverses pautes de comunicació, una utilització diferent dels dispositius de comunicació i un significat diferent d'aquesta tecnologia en la seva vida quotidiana.

2.4.5.4. La perspectiva dels adolescents holandesos: característiques de la cultura del mòbil

En aquest darrer punt, presentarem els principals aspectes de la *cultura adolescent holandesa a l'entorn del telèfon mòbil*. Les dades que hem pogut analitzar de l'estudi de Mante-Meijer i Pires (2002), ens permeten identificar tres característiques psicosocials de la cultura mòbil dels joves holandesos: (a) *Mantenir l'estatus i el lloc en el propi grup de gènere*; (b) *Determinar i mostrar la pròpia identitat*; i (c) *Mostrar independència dels adults*.

(a) Estatus i ser part del propi grup de gènere

Els adolescents, no només d'Holanda sinó que d'arreu del món, són els usuaris per excel·lència del telèfon mòbil. Abans de l'aparició d'aquesta tecnologia, existien nombroses queixes dels progenitors sobre la continua ocupació del telèfon fix de la llar, sobretot, per part de les filles. Malgrat el telèfon fix és menys costos que el mòbil, aquest darrer és molt més utilitzat, ja que ofereix als joves més privacitat i més control en les seves comunicacions. Com ja hem comentat al llarg de la revisió que fan Mante-Meijer i Pires (2002), el 90% dels joves holandesos d'entre 12 i 22 anys tenen un mòbil propi. A la primavera de 2001, al voltant del 77% dels de 12-15 anys disposaven d'un mòbil. D'altra banda, també cal destacar que els joves holandesos manifesten que el mòbil no és només un aparell de comunicació, sinó també un accessori important en el seu esforç diari per crear la seva pròpia identitat i per ser acceptat en el grup.

(b) Determinar i mostrar la pròpia identitat

Ser jove significa viure en un període de canvis, incertesa i creixement, en el qual es dona summa importància al grup al qual es desitja pertànyer (*grup de pertinença*, vegeu Kelley (1952), dins Botella *et al.*, 2000) i als iguals. Durant el procés d'identificar-se i pertànyer a un grup específic, el jove ha de tenir una determinada "aparença" per formar part d'aquest. La comunicació amb els iguals és molt important i freqüent, ja que els joves estan buscant independitzar-se i emancipar-se dels seus progenitors. En aquest sentit, el telèfon mòbil no només possibilita al jove identificar-se com a part d'un grup sinó que també és quelcom important per demostrar la seva pròpia identitat.

D'acord amb els autors finesos Oskman i Raitiainen (2002), l'ús del telèfon mòbil canvia amb l'edat del jove. Ja hem vist que els joves durant la transició de la infància a la vida adulta, passen per

estadis diferents en els quals defineixen la seva relació amb els iguals i la família. Els autors assenyalen que especialment entre les edats dels 10 als 15 anys, el telèfon mòbil funciona cada vegada més com un mitjà per expressar la pròpia identitat i la personalitat dels adolescents. Després d'aquest període, el mòbil s'integra més funcionalment en la vida de l'adolescent (Quadre 6).

Quadre 6.- Relació amb el telèfon mòbil d'acord amb el grup d'edat entre els nens i els adolescents finesos

Edat	Relació amb el mòbil
7 anys	<ul style="list-style-type: none"> * Indiferent (imaginativa) o personificadora (animística). * El mòbil pot ser important, però les joguines ho són més. * Les joguines són la característica més important.
7-10 anys	<ul style="list-style-type: none"> * Les actituds comencen a diferenciar-se. La relació és molt pragmàtica. * El mòbil és vist com una consola.
10-12 anys	<ul style="list-style-type: none"> * És l'edat de la <i>febre del mòbil</i>. * La importància del joc disminueix i la importància dels hobbies i els amics augmenta.
13-15 anys	<ul style="list-style-type: none"> * Les actituds estan diferenciades: pràctiques i instrumentals per alguns, expressives i efectives per uns altres. * Personalitzar i estilitzar el mòbil.

(c) *Mostrar independència dels adults (progenitors i professors)*

La independència pels joves significa alliberar-se del control dels progenitors i fer-se econòmicament independents en les coses més rellevants de les seves vides. L'ús del telèfon fix és una de les coses que els progenitors poden controlar amb facilitat. No obstant això, disposar i usar un telèfon mòbil és possible fora del control patern. L'aparició de la modalitat de les targetes prepagament i la possibilitat de l'ús dels SMS com a via de comunicació ha fet possible que molt joves del món puguin controlar les pròpies despeses que el seu aparell genera.

Pels adolescents holandesos, controlar el pressupost no és l'única raó de la popularitat de l'SMS. És també útil per ser independent dels progenitors i dels professors. És una forma de comunicar-se molt característica de la cultura adolescent: no és costós, és ràpid, impersonal i discret. Per tal d'evitar converses innecessàries, molts joves opten per enviar als pares un SMS per informar-los de la seva situació. La missatgeria de text, però, també l'utilitzen per coordinar-se i organitzar-se amb el propi grup d'iguals.

2.4.6. Noruega: noies adolescents i joves adults, dues subcultures del telèfon mòbil

Els estudis sobre disponibilitat i ús del telèfon mòbil per part dels adolescents noruecs realitzats per Rich Ling des de l'any 1999, ens permeten tenir un visió àmplia de quin és l'estat de la qüestió en aquest país. Possiblement és un dels sociòlegs que ha desenvolupat una revisió més àmplia referent a la penetració i l'expansió d'aquesta tecnologia en els darrers anys. En aquest apartat, aportarem algunes dades referents a la penetració del telèfon mòbil entre els adolescents (Ling, 2004a) i, analitzarem amb més detall les característiques de dues subcultures: la de les noies adolescents i la dels joves noruecs (Ling, 2002).

2.4.6.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

D'acord amb les dades recollides per *Statistics Norway* l'any 2003, el 100% dels adolescents entre 16 i 20 anys i el 86% dels nens i nenes a partir dels 8 anys disposaven d'un telèfon mòbil. Fent un repàs a les dades recollides per Ling l'any 1997 (Ling, 1998), podem observar com en aquest període tan sols entre un 10 i 20% dels adolescents entre 13 i 20 anys manifestaven tenir mòbil. En aquest moment encara no existia la modalitat de targetes prepagament i, tant sols els adolescents que treballaven o que es mostraven molt interessats per les tecnologies en disposaven. Dos anys després, el percentatge de disponibilitat va augmentar i van començar a desaparèixer les diferències de gènere: mentre que l'any 1997 menys d'un 20% dels adolescents manifestaven tenir un mòbil, un 70% ja en disposava l'any 1999 (Ling, 2004a).

L'any 2001 la disponibilitat de mòbil oscil·lava entre el 80 i el 90%, dissipant-se del tot les diferències de gènere en detriment de les noies, les quals en aquest període van esdevenir les consumidores per excel·lència d'aquesta tecnologia. Les interpretacions que Ling (2004a) fa en relació a aquest **canvi d'actitud de les noies cap a aquesta tecnologia** són diverses. En primer lloc, l'autor apunta que a l'inici del cicle de disponibilitat d'aquesta tecnologia semblava ser que hi havia més una fascinació cap a aquest aparell que no pas una motivació. Aquesta relació tecnològica amb el mòbil semblava estar més desenvolupada entre els nois que entre les noies. Amb el temps, aquest procés de disponibilitat va anar canviant des de la simple relació tecnològica fins a ser una aparell bàsic pel manteniment del suport social en les interaccions. En aquest sentit, sembla ser que les noies sovint solen preferir aquelles tecnologies relacionades amb la conversa i les interaccions socials. Així mateix, les noies tenen sovint també la responsabilitat d'organitzar els afers socials.

A inicis de 2004, el 87% dels nens i nenes a partir dels 9 anys van manifestar que disposaven d'un telèfon mòbil propi. Amb les dades recollides a Noruega des de l'any 1999, es poden observar dues tendències: la primera, es refereix al creixement respecte la disponibilitat i, la segona, el creixement en relació a la disponibilitat individual d'un telèfon mòbil propi. Aquesta segon tendència, sembla ser que en els països on el percentatge de disponibilitat és menor, és més comú compartir aquest aparell entre diferents membres de la família, sobretot, entre els adolescents i la població més gran. Tanmateix, quan augmenta aquest percentatge i el seu ús esdevé més normalitzat i comú, es produeix un canvi en la mentalitat de les persones en el sentit que aquest aparell ha d'esdevenir una eina individual.

2.4.6.2. *Perspectiva dels adolescents noruecs: disponibilitat i usos del mòbil*

Abans d'analitzar les característiques de la comunicació mòbil de les dues subcultures de joves que ens proposa Ling (2002), exposarem les dades que descriuen la **disponibilitat i ús del telèfon mòbil** entre els adolescents de Noruega.

Les dades referents a la disponibilitat de mòbil entre els adolescents de Noruega mostren una clara transició de la cultura del telèfon mòbil. Cap a mitjans dels anys 90, era més una excepció que una regla tenir mòbil. El 2001, la situació era totalment diferent ja que la saturació del mercat era quasi total entre alguns trams d'edat (sobretot, entre els 13 i els 20 anys). Tot seguit analitzarem tres períodes cronològics recollits per Ling (2002).

El primer període correspon a l'any **1997**. En aquest estudi, l'autor va recollir una mostra de 1.000 joves d'edats compreses entre els 13 i els 20 anys. Centrant-nos en les dades referents a disponibilitat de telèfon mòbil per edat i gènere podem observar diferents tendències: el percentatge més elevat de disponibilitat en aquest any el presenten els nois de 20 anys (68%) enfront el 20% de les noies de la mateixa edat. Seguit dels nois de 19 (43%), 18 (30%) i 16 anys (21%). Centrant l'atenció en el període de 13 a 16 anys, que és el que s'estudiarà en aquesta tesi, podem observar que és on hi ha els percentatges menors de disponibilitat de telèfon mòbil tant en el cas dels nois com en el de les noies, malgrat els percentatges són superiors pel sexe masculí. Per tant, de forma global, l'autor extreure dues conclusions: (1) és a partir dels 16-17 anys quan els joves manifesten disposar en major percentatge d'aquesta tecnologia; (2) són els nois els majors usuaris d'aquesta tecnologia.

En el segon període, corresponent a l'any **1999**, Ling recull novament dades d'una mostra d'adolescents de la mateixa edat. Sorprenentment, en un període de dos anys, els percentatges de disponibilitat d'aquest aparell han augmentat molt i s'han equiparat tant pel que fa a l'edat com al gènere. Entre els 13 i els 20 anys, sembla ser, que no hi ha tanta diferència pel fet de disposar d'un mòbil: per exemple, els nois i noies de 16 anys presenten un percentatge de disponibilitat d'entre el 73 i el 79%, respectivament, i per contra, els de 20 presenten percentatges que oscil·len entre en 78% (noies) i el 88% nois. D'altra banda, s'ha produït un canvi substantiu pel que fa a la disponibilitat del mòbil per part de les noies. En algunes edats, com ara els 15, 16, 17 i 19 anys, superen els percentatge mostrats per les noies. Globalment poden dir que es comença a percebre un imminent *canvi d'actitud de les noies cap a aquesta tecnologia*.

En el darrer període, any **2001**, en que Ling recull aquestes dades, clarament queda palès el *canvi d'actitud de les noies cap al telèfon mòbil*. En totes les edats explorades, les noies presenten percentatges de disponibilitat superiors als dels nois de la mateixa edat. Els majors percentatges, corresponents al 100%, els trobem en les noies de 18 i 20 anys; no obstant això, les adolescents més joves (entre els 13 i 16 anys) manifesten disposar de mòbil entre un 80 i un 96%. Centrant-nos, per exemple, en l'evolució de les noies entre els anys 1997 i 2001, podem apreciar un augment espectacular quant a disposar d'un telèfon mòbil: mentre que l'any 1997 només manifestaven tenir-ne un 3% de les noies, l'any 1999 ho feien un 43% i el 2001 un 80%. Per tant, sembla ser que les noies han pres la davantera als nois pel que fa a disponibilitat d'aquesta tecnologia. Si els nois van ser els primers en tenir un mòbil, podem suggerir que el van adquirir com un objecte i no com una eina per mantenir el contacte social. Pel contrari, podem hipotetitzar que les noies tenen un enfocament diferent. Les dades aportades per Ling assenyalen que elles volen aquesta eina per mantenir la seva xarxa social, tal com s'apuntava a l'inici de l'apartat. No es tracta simplement d'una tecnologia, sinó que és una eina amb la que es realitza la interacció social.

2.4.6.3. Les noies adolescents: emancipació i vincles socials

Si parlem de l'adolescència cal tenir present que una de les característiques importants d'aquest període de desenvolupament és el procés d'**emancipació** dels seus progenitors. Durant l'adolescència s'adquireix cada vegada un major sentit de sí mateix (autoconcepte) com a actor social independent. A més, hi ha una forta insistència en el grup d'iguals com a font de socialització i referència. Per aquest motiu, el paper dels progenitors és reemplaçat lentament per l'orientació del grup d'iguals (Hogan, 1985).

Tenint en compte la importància del grup d'iguals per al desenvolupament psicosocial de l'adolescent, passem a exposar la relació que això té amb el **gènere** segons les aportacions de Ling (2002). Aquest autor assenyala que en l'adolescència, a més de ser el període en el que l'individu estableix una identitat pròpia, és també el temps durant el qual l'adolescent s'endinsa en un tipus de *presocialització* per als rols que posteriorment haurà d'anar desenvolupant. Aquests rols presenten, en determinats aspectes, diferències de gènere. Per explicar això amb més detall, deixarem per un moment de banda l'adolescència per endinsar-nos en el tema de com funcionen les xarxes socials de les dones.

La investigació mostra que les **dones** tenen un paper central en el *manteniment de la xarxa social*. Segons afirma el mateix Ling (1998), es pot anar fins i tot més lluny i dir que estudiar les xarxes socials és el mateix que estudiar les aportacions de les dones a les xarxes socials. Això implica diverses coses. Per anomenar algunes, Wellman (1992) va manifestar en el seu moment que el manteniment dels llaços familiars normalment és una activitat de gènere on les dones són fonamentals. Cochran *et al.* (1993) posaven de manifest que les xarxes socials femenines són més àmplies i, segons Moore (1990) més complexes que les dels homes. Altres autors com Di Leonardo (1987), Ross i Holmberg (1990) i Wellman i Wortley (1989) afirmen que la participació de les dones i, per extensió de les noies adolescents, en les xarxes socials té un cost en el sentit que se'ls requereix un manteniment altruista i no recíproc.

Partint del supòsit que les societats modernes tendeixen a l'individualisme sembla evident que els llaços que les persones mantenen amb la família i el grup social es fan cada cop més necessaris. Per això, tenen tanta importància els rituals i les celebracions (aniversaris, els records i antecedents familiars, el manteniment de les petites històries, etc.) que cohesionen aquesta textura social (vegeu Goffman, 1959). En aquest sentit, cal dir que són les dones les que moltes vegades prenen la iniciativa en tot això. Malgrat pugui semblar una càrrega per a les dones el fet de participar en les xarxes socials, també presenta l'avantatge que aquestes tenen un grup més ampli d'amics i parents als que poden acudir per obtenir alguna mena de suport social (Rosenthal, 1985).

Existeixen diverses eines disponibles per mantenir i gaudir de les relacions interpersonals i socials. La més important de totes elles és la **comunicació**. Les investigacions demostren que freqüentment les dones disposen d'habilitats comunicatives més desenvolupades. Les dones són més habituals, per exemple, en la introducció d'estratègies de tònics de conversa i empenen qüestions retòriques per mantenir la conversa i l'interès (afegits *afectius* -denotant interès- i afegits *modals* -confirmant la

informació-) (Treichler i Kramarae, 1983; Lakoff, 1975). A més, sembla ser que tenen més habilitat per ajustar els ritmes de la conversa i els girs de la mateixa i semblen implicar-se més en el que diu l'interlocutor (Cameron *et al.*, 1988; Sattel, 1976). També tenen més control que els homes en l'ús del llenguatge corporal i solen desxifrar-lo millor (Clark i Brennan, 1991).

Tancant aquest parèntesi, on ens hem referit a les dades aportades per alguns estudis en relació a la major implicació de les dones en les xarxes socials i a les seves habilitats comunicatives, i tornant a l'adolescència val a dir que les noies s'impliquen més sovint, durant la seva socialització, en els rols que acabem d'esmentar. Com hem exposat, l'adolescència és un període en el qual els nois i les noies s'esforcen per establir la seva pròpia identitat i, al mateix temps, comencen a assumir rols temporals d'adults en la societat. En el cas de les noies, això pot suposar desenvolupar la xarxa social i les habilitats, de vegades dins el grup d'iguals, que finalment s'hauran d'aplicar a la família.

2.4.6.4. La cultura dels joves adults

Segons Ling (2002) el jove adult es caracteritza pel fet de viure independentment però sense el compromís d'una família o d'adquirir responsabilitats econòmiques importants. Aquest període està associat a la finalització de l'educació secundària obligatòria i és el període de vida més extens previ a l'establiment d'una família i a la cerca d'una carrera professional. A les persones se'ls ofereix la possibilitat de buscar diverses alternatives, tant pel que fa a la feina, com a l'oci, els viatges o l'amistat. La possibilitat de seguir carreres universitàries, i especialment en el cas de les noies, la capacitat de controlar la fecunditat, són fenòmens que han obert aquesta possibilitat.

Si parlem del tema de la llar, centrant-nos exclusivament en el context noruec, sembla ser que existeix una oferta d'un mercat de lloguer ben desenvolupada sovint més orientada als joves adults que no pas a les famílies amb fills. D'aquesta manera, no hi ha la necessitat de carregar-se amb responsabilitats econòmiques per tenir accés a la societat. Igualment, la possibilitat d'endarrerir el naixement dels fills obre també més possibilitats, malgrat que aquesta opció és més comuna entre els homes que les dones. En definitiva, els joves noruecs prefereixen anar canviant de pis, en comptes de tenir un en propietat, permetent així un estil de vida més nòmada.

A més d'aquests institucions concretes, està també el suport ideològic que donen alguns mitjans de comunicació com la televisió, emetent sèries juvenils (per exemple, *Friends*) que contribueixen a tenir una imatge poc real de com els joves adults han de viure i gestionar les seves vides. Per això sembla

ser que s'ha desenvolupat una fase vital associada amb la societat educativa. No es tracta, simplement, d'estudiants que s'afanen per tenir una carrera professional i el desenvolupament de rols familiars. Tot el contrari, es tracta d'un ampli grup de persones que ha donat lloc al naixement d'una sèrie d'institucions i que ha definit el seu estil de vida.

Fent un repàs al que hem dit fins ara, les dades aportades per Ling (2002) posen de manifest que en la societat en general i, més concretament en la noruega, hi ha dues tendències bàsiques. La primera, evidencia que les noies adolescents estan en el procés d'emancipar-se dels seus progenitors i, al mateix temps, de presocialitzar-se pels seus rols futurs. La segona, té a veure amb la identificació d'un altre grup de persones més grans i que s'han emancipat de la seva família d'origen però que encara no han resolt el seu projecte de carrera professional i de constitució d'una família.

En aquest escenari, han aparegut un sèrie de tecnologies interactives de la comunicació. La qüestió és, doncs, com s'integren totes aquestes institucions. La disponibilitat i l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació han desembocat en una reorganització de les rutines i de les institucions preexistents. Ara bé, més enllà de la reformulació de les institucions existents, aquestes tecnologies es poden considerar institucions en sí mateixes. Poden aplicar-se per coordinar la interacció social de diferents maneres (Ling i Ytri, 2002), emprant noves formes de llenguatge (Baron, 2000). També poden emprar-se com a eines que ajuden a configurar els grups d'iguals (Ling, 2005).

Les dades noruegues mostren que els joves adults, especialment els nois, són el grup més intensiu d'usuaris. Els percentatges de disponibilitat d'aquesta tecnologia són tan elevats com la dels adolescents. El maig de 2001, un percentatge significativament més elevat de joves adults que de dones disposava d'un mòbil. Aproximadament el 91% d'aquests enfront el 79% de les dones del mateix grup d'edat. Les dades també posen de manifest que els joves adults dins la dècada dels vint anys són els usuaris més actius de la telefonia de veu, realitzant una mitjana de dues trucades diàries. A diferència del grup d'adolescents, no hi ha tanta personalització del telèfon mòbil i molt menys un ús intensiu de la missatgeria per text.

2.4.7. Rússia: comunicació mòbil com a fenomen social

Vershinskaya (2002) ens presenta un estudi sobre l'experiència russa en la comunicació a través del telèfon mòbil referida a dues ciutats: Moscou i Sant Petersburg. Respecte als adolescents d'aquest país, l'autora destaca l'ús intensiu que fan dels SMS i analitza les seves actituds positives i negatives envers aquest aparell.

2.4.7.1. La penetració del telèfon mòbil entre els adolescents

Les dades recollides per Vershinskaya (2002) posen de manifest que es va produir un ràpid augment en el nombre d'usuaris de telèfons mòbils a Moscou en el període 1999-2000 i la primera meitat del 2001. El 15% dels residents a Moscou utilitzaven el telèfon mòbil a inicis de 2001 i el 31,3% dels moscovites utilitzaven el mòbil segons dades de setembre de 2001. El 54,4% de la població amb edats compreses entre 18 i 29 anys usa telèfons mòbils i un 6,3% dels que utilitzen telèfons mòbils superen els 60 anys. D'acord amb les dades aportades per la consultora *Romir Monitoring*, el juny de 2006 el 90% de les persones entre 18 i 24 anys són usuàries de telefonia mòbil. La penetració disminueix en la fracció de la població de 45 a 59 anys, amb una utilització del 55%.

2.4.7.2. Perspectiva dels adolescents russos

Per comprendre com la *joventut russa* ha percebut el fenomen de la telefonia mòbil, tenint en compte que aquest col·lectiu és el major consumidor dels seus serveis (se sap que a Moscou el 54,4% dels telèfons mòbils són d'usuaris que tenen entre 18 i 29 anys d'edat), Vershinskaya (2002) va dur a terme una enquesta socioetnogràfica amb 40 entrevistats. L'enquesta va posar de manifest l'elevat grau d'acceptació que té la telefonia mòbil per part de la joventut russa. Segons l'enquesta, els que van adquirir el dispositiu més aviat, ho van fer el 1995, i la majoria dels entrevistats van declarar haver comprat el seu telèfon mòbil entre 1999 i 2000.

Els que van respondre a l'enquesta van ser els qui, en la seva majoria, mostraven **actituds positives** cap al fenomen del telèfon mòbil i valoraven d'aquesta manera les avantatges que tenia l'ús de la telefonia mòbil:

- Estar en connexió constant, amb la possibilitat de comunicació urgent en tot moment i lloc;
- La possibilitat de no perdre una trucada important; poder trucar i resoldre un problema quan el telèfon fix no es pot utilitzar;
- No necessitar llapis i paper per anotar un nou nombre de telèfon;

- Per trucar des de la botiga, i preguntar què cal comprar;
- Per trobar un amic en un lloc on hi ha molta gent concentrada;
- Per advertir que s'arribarà tard, etc.

Per altra banda, alguns joves russos també destacaven els aspectes que consideraven **negatius** de la telefonia mòbil:

- L'elevat preu de l'aparell;
- La molèstia que causa a altres persones quan s'usen en llocs públics;
- La pèrdua de tots els contactes degut a la pèrdua de l'aparell;
- La manca de cobertura a tot arreu;
- El fet d'haver de canviar el model freqüentment per quedar-se obsolet el que es té en ús;
- La poca possibilitat de verificar la manera en que es gasten els diners;
- La incapacitat de transmetre imatges i grans volums de dades.

Segons l'opinió dels enquestats "*el gènere no importa aquí*", les diferències de gènere eren pràcticament imperceptibles. No obstant això, sí que semblava haver-hi algunes **diferències d'actituds**; així, les **noies** donaven més importància a l'aspecte extern del mòbil, al seu color, al seu disseny, la magnitud i el pes.

A partir de l'enquesta també es van posar de manifest aspectes relacionats amb el **control**. Es va observar que la majoria dels entrevistats va sostenir que utilitzen el telèfon per controlar als altres, ja sigui als fills o la parella.

Per altra banda, la necessitat dels joves russos d'estar **localitzables** és selectiva i està estretament relacionat amb la quantitat d'ús. A partir de l'estudi, es posen de manifest quatre maneres d'utilitzar el telèfon mòbil: 1) sempre apagat versus mai apagat; 2) apagat de nit per no ser molestat mentre es dorm; 3) apagat quan s'està a prop d'un telèfon fix a casa o a la feina; i 4) sempre desconnectat i només encès quan hi ha necessitat de trucar. Aquests models tenen a veure amb la disponibilitat, és a dir, aquests quatre models de comportament són un reflex dels diferents tipus d'obertura cap al món: modalitat obert (1), modalitat tancat (4) i modalitat intermitjos (2 i 3).

L'estudi també va permetre disposar d'algunes dades quantitatives, per exemple, en relació als **diners** que els usuaris es gasten en un mes: varia des d'un mínim d'entre 10 i 15 euros a un màxim de 40 i 50 euros, en funció del nombre i la durada de les trucades.

A partir de les dades qualitatives i quantitatives de l'estudi, Vershinskaya (2003) identifica tres **categories d'usuaris de telèfons mòbils:**

1. Els **usuaris avançats** que utilitzen activament la majoria dels nous serveis i que dominen les noves oportunitats per incorporar-les ràpidament a la seva vida, com exemplifica una adolescent: "la vida és molt interessant i es desenvolupa molt ràpidament. M'agrada i no vull perdre cap nova oportunitat; sempre la busco".
2. Els **usuaris que saben força dels serveis a l'hora de comprar un mòbil i els usen**, fins que s'adonen que ha aparegut algun servei nou, que consideren que pot ser útil: "sé que és el que necessito saber sobre els meus objectius. Quan tinc temps de veure alguna oportunitat que pot ser útil, la incorporo a la meua vida" (noi).
3. Els **usuaris que volen saber únicament com fer i rebre trucades** i no volen saber res més: "un telèfon és un telèfon, i no vull escalfar-me el cap amb altres històries" (noi).

Per finalitzar, l'autora posa de manifest que no hi ha dades estadístiques sobre **l'ús de l'SMS** a Rússia, ja que avui en dia és un servei que no està molt estès. En l'enquesta realitzada a 40 entrevistats va mostrar que, només una tercera part dels participants va fer ús d'aquest servei i només uns quants són els que l'utilitzen habitualment.

2.4.7.3. Perspectiva dels progenitors

La diferència per edats en l'ús de les NTICs és una de les tendències principals de desenvolupament de la societat global de la informació. Per tant, una de les *hipòtesis* que la investigació planteja és que hi havia una gran diferència en l'ús del telèfon mòbil per part de la **joventut** i els seus **progenitors**.

Aquesta hipòtesis va resultar ser **certa** i la majoria dels enquestats, els progenitors dels quals utilitzen telèfons mòbil, declaraven que ells l'utilitzaven molt menys que els seus fills: "els meus pares utilitzen el telèfon mòbil molt menys que jo, realment només quan sorgeix alguna cosa important i l'utilitzen durant curts períodes de temps per resultar car" (noia).

Una altra observació que es va poder fer és que la *generació de més edat té dificultats per dominar els manuals* i conseqüentment per assimilar la gran varietat de noves oportunitats. Els **progenitors** utilitzen el telèfon mòbil com un dispositiu amb el qual fer trucades, ignorant altres possibilitats.

Algunes cites: (1) “els meus pares són persones realment progressistes però no estan molt posades en tecnologia” (noia); (2) “els meus pares no usen les avantatges tecnològiques de la comunicació mòbil” (noi); (3) “ells no poden dominar el manual i saben el mínim que jo els he ensenyat” (noia). Hi ha, però, excepcions. Així, alguns dels entrevistats sostenia que hi ha diferències en l'ús que ells fan i l'ús que fan els seus progenitors. L'anàlisi mostrava que en aquests casos, els propis entrevistats joves no utilitzen moltes de les aplicacions disponibles.

Una tendència que ja s'havia observat amb els ordinadors i Internet i que s'observa en aquesta recerca amb els telèfons mòbils, és que els **nois i noies ensenyen als progenitors com utilitzar la tecnologia**. Amb les NTICs tota la cultura de l'aprenentatge està experimentant canvis.

Per acabar, volem assenyalar que la joventut treballadora russa freqüentment **paga** els serveis de telefonia mòbil perquè la gent jove a Rússia guanya més que els seus progenitors i estan millor adaptats a una societat en transformació.

2.5. Consideracions finals

Les dades que hem presentat en aquest segon capítol, posen en evidència la profunda i accelerada *penetració* de la telefonia mòbil tant a Espanya com a la resta de països aquí analitzats, destacant la seva expansió entre la població adolescent. Sembla ser que la categoria social dels infants i dels adolescents que fins fa poc patia una certa "invisibilitat estadística", ha ressorgit amb molta força pel que a les noves tecnologies es refereix. Les dades més actuals disponibles a Espanya, ens permeten concloure que la penetració del telèfon mòbil en els espais més privats, com és el cas de les llars, està permetent als infants i als adolescents convertir-se en els grans usuaris d'aquesta tecnologia (i també d'altres com els ordinadors i Internet). Segons l'INJUVE (2004), gairebé el 90% dels adolescents i joves d'entre 15 i 29 anys manifesten disposar d'un telèfon mòbil per assumptes personals. Segons l'informe publicat per Redes.es (2005), en el segon semestre de 2005 un 54% de nois i noies entre 10 i 14 anys disposaven d'aquest aparell. A més, les dades de disponibilitat es disparen en aquelles llars espanyoles en les que conviuen nens i adolescents fins als 15 anys, en comparació amb les llars sense fills.

Centrant-nos en el camp de la investigació, observem que en el nostre país la recerca psicosocial en relació a l'ús i la disponibilitat de la telefonia mòbil entre la població adolescent encara està en una fase molt incipient. Nogensmenys, hem destacat algunes dades obtingudes a Catalunya i d'altres disponibles a Navarra i a l'Aragó que fan evident la importància que aquesta tecnologia té actualment en el desenvolupament psicosocial dels joves i, concretament, en les noves formes de relació i comunicació entre els iguals. En aquest sentit, el telèfon mòbil és per a aquests adolescents una eina electrònica que els permet estar en contacte continu amb diferents persones del seu entorn més immediat però, sobretot, amb els iguals. També hem pogut observar com són les noies les que valoren més positivament aquest equipament com a eina de comunicació mediàtica, per exemple, en el cas de les noies catalanes de 12 a 16 anys (Amorós *et al.*, 2002) el telèfon mòbil és el primer mitjà d'un llistat de 8 que més els interessa i del que major informació en disposen. D'altra banda, aquestes dades també ens indiquen que existeix una *esclatxa generacional* quant a les opinions que progenitors i fills tenen en relació a l'ús i la disponibilitat d'aquesta tecnologia.

També hem fet un recull d'algunes investigacions d'altres països referents a la disponibilitat i ús del telèfon mòbil per part d'infants i d'adolescents. Malgrat les idiosincràsies culturals, econòmiques i socials de cada país hem pogut observar que existeixen moltes característiques comunes en la *cultura del telèfon mòbil entre els adolescents*. Els principals aspectes que s'exploren en aquestes

recerques tenen a veure amb: (a) la disponibilitat i l'ús que fan els infants i els adolescents d'aquesta tecnologia; (b) les característiques relacionals amb la família i els amics a l'entorn del telèfon mòbil i (c) altres aspectes psicosocials de la comunicació mòbil que tenen a veure amb els processos de diferenciació categorial, la moda i l'oci i els jocs.

A partir de les aportacions dels diferents estudis d'altres països que hem explorat podem apuntar, primerament, que la gran majoria d'adolescents (dels 12 fins als 18 anys, aproximadament) manifesten que *disposen* d'un telèfon mòbil propi. Sembla ser que els adolescents finesos serien els que més ràpidament han incorporat aquest aparell en les seves vides degut, entre altres motius, a que l'empresa líder en telecomunicacions *Nokia* està ubicada en aquest país. Malgrat això, les dades corroboren que els adolescents, independentment de la seva procedència, utilitzen el telèfon mòbil diàriament com una eina de comunicació per a mantenir els seus llaços socials. Una de les avantatges que ha permès a molts joves poder disposar d'aquesta eina, ha estat l'aparició de la *targeta prepagament*. Aquesta modalitat de pagament ha permès a molts nois i noies ser els propis gestors de les seves despeses i estar un pas més a prop del seu desig d'emancipar-se.

Les *diferències de gènere* en les preferències d'ús d'aquesta tecnologia també es fan evidents en les diferents investigacions explorades. Tot apunta a que malgrat la difusió del telèfon mòbil ha estat un fenomen igualitari entre nois i noies, aquestes darreres l'utilitzen com una eina d'expressió més emocional i parlen i fan un major ús dels SMS que els nois, mentre que aquests l'empren més com una eina d'oci i s'interessen més per les característiques tècniques de l'aparell. Com assenyalen Oskman i Rautiainen (2002), sembla ser que inicialment es podia observar una cert *determinisme tecnològic i por cap a la tecnologia* per part de les noies enfocada a l'ús de l'ordinador, però que amb la incorporació del telèfon mòbil en la seva vida quotidiana aquestes han esdevingut les grans usuàries.

Sembla ser que *l'ús dels SMS* és una de les funcions del telèfon mòbil més explotades pels adolescents. De fet, una important part dels estudis d'altres països que hem explorat es dediquen a analitzar les característiques d'aquest tipus de comunicació. Novament, els diferents autors assenyalen que són les noies que més utilitzen aquesta modalitat comunicativa per mantenir les seves relacions, ja sigui amb els amics, la parella i, amb menor freqüència amb els progenitors o els parents.

El telèfon mòbil també ha permès als adolescents mantenir i enfortir els vincles amb els seus *amics*. Com apuntàvem en el primer capítol d'aquesta tesi i seguint les idees de Harris (1995), sembla ser que *pertànyer a un grup* és una de les característiques psicosocials més rellevants en l'adolescència. Els nois i noies no han après a manipular el telèfon mòbil en les seves llars, amb els seus familiars, sinó que és en el grup d'iguals on els adolescents aprenen i s'ensenyen els uns i als altres a utilitzar les múltiples possibilitats que ofereix aquest aparell. Per tant, sembla ser que es donen uns processos de *diferenciació categorial* entre el grups dels infants i dels adolescents i el grup dels adults en l'ús del telèfon mòbil. Els joves perceben aquest aparell com un important símbol d'estatus i que els permet diferenciar-se entre ells i els altres grups socials, que poden ser els progenitors i, fins i tot dels nois i noies que no disposin d'aquest aparell.

De manera contrària amb el que succeeix amb el grup d'iguals, el telèfon mòbil no necessàriament facilita la relació dels adolescents amb els seus *progenitors*. Sovint, els pares possibiliten als fills disposar d'aquest aparell com una eina per a mantenir el seu "control" i la seva "seguretat". Alguns adolescents accedeixen a ser controlats pels seus progenitors per tal de poder disposar d'aquest aparell, mentre que d'altres, en ocasions, utilitzen diferents estratègies per evitar ser controlats (manca de cobertura, de saldo, etc.). Les transformacions socials que han patit les famílies en aquest darrer segle, com l'emergència de les famílies monoparentals o reconstituïdes, la incorporació de la dona en el mercat laboral, les llargues jornades laborals de molts pares i l'allargament de la cohabitació dels fills a la llar, han fet les que interaccions entre pares i fills hagin patit importants transformacions. En aquest context, molts progenitors perceben el telèfon mòbil com una eina útil per ajudar a mantenir els llaços familiars i els ha permès, com assenyalen Oskam i Rautiainen (2002), recomposar la família en "un altre lloc" que no és la pròpia llar.

Així doncs, el telèfon mòbil és una aparell que ha canviat de forma substancial les relacions interpersonals i els hàbits comunicatius de molts adolescents. Aquest aparell és un element clau de la seva *moda* i és un símbol *identitari* dins el seu grup d'iguals. Els nois i noies han après a utilitzar aquest aparell aprofitant totes les seves possibilitats i funcions considerant-lo, més que un aparell útil per la comunicació, una eina que els permet entretenir-se i jugar. A través del *joc*, han après a utilitzar aquesta eina amb gran expertesa i a unes velocitats que mai s'haguessin pogut sospitar. Ens trobem, doncs, davant d'una generació *fàcil* com assenyalen els autors alemanys, que per primera vegada controla i domina un aparell amb major facilitat que els propis adults. Aquesta generació tecnològicament avançada està introduint importants modificacions en les *representacions socials* dels adults envers aquest grup. Caldrà, doncs, que els adults els deixem de considerar com els

encara no per començar a replantejar-nos que *sí* que són capaços de tenir la seva pròpia cultura i valors i que podem aprendre moltes coses d'ells.

Malgrat que en aquests estudis es recullen alguns aspectes psicossocials que tenen a veure amb l'ús i la disponibilitat del telèfon mòbil per part dels adolescents, val a dir que manquen per explorar amb major profunditat alguns temes, com ara: (a) quins són els principals motius o raons que porten als adolescents a disposar d'aquest aparell i si estarien disposats a viure sense aquest aparell; (b) per quines raons són les noies les que en majors percentatges disposen d'aquest aparell; (c) de quina manera aquesta tecnologia ha mediatitzat les seves relacions interpersonals, ja sigui amb els amics, els progenitors i la parella; (d) com van aconseguir el seu primer aparell mòbil i de quina manera els joves contribueixen a pagar les despeses del telèfon mòbil; i (e) si pares i fills estan d'acord amb l'ús que fan uns i altres d'aquesta tecnologia. Aquestes i altres qüestions seran objecte d'anàlisi al llarg de la present recerca.

En el capítol que segueix descriurem acuradament quin ha estat el disseny de recerca i la metodologia que hem emprat per assolir els objectius d'aquesta tesi.

PART II
INVESTIGACIÓ EMPÍRICA

Capítol III
Investigació empírica

En aquest capítol es presenta el disseny i l'estratègia metodològica desenvolupada al llarg de la recerca. El capítol s'estructura en tres apartats. En el primer, es delimita el plantejament general de la recerca i s'especifiquen els objectius principals de les dues fases que la componen. En el segon, es descriuen les decisions mostrals i els instruments que s'empraran per recollir les dades. Seguidament s'explicita quin ha estat el procediment seguit per l'obtenció de les dades i, finalment, com s'han realitzat les anàlisis d'aquestes dades.

3.1. Plantejament general de la recerca

L'interès per desenvolupar aquesta tesi neix a partir de la participació activa en una recerca en el si d'un equip de recerca de l'IRQV (*Institut de Recerca sobre Qualitat de Vida*) de la Universitat de Girona. Aquest projecte, titulat *La influència de les tecnologies de la informació i la comunicació en la vida de nois/es i adolescents, i estudi de les interaccions i la comunicació que mantenen amb els adults*, va estar subvencionat des de finals de l'any 2002 fins a l'acabament del 2005 pel Ministerio de Ciencia y Tecnología (actualment Ministerio de Ciencia y Educación).

A més d'aquesta participació activa durant més de quatre anys en aquest projecte I+D, la diversa literatura existent referent a altres estudis sobre els mitjans audiovisuals i els adolescents, realitzats a Espanya i a d'altres països, m'ha motivat per aprofundir en aquesta temàtica i ha acabat de donar sentit a aquesta tesi. A l'àmbit espanyol, en comparació amb les recerques desenvolupades a d'altres països, no són massa abundants els estudis psicosocials al voltant de l'ús del telèfon mòbil entre els adolescents. Per aquest motiu, aquesta tesi pot ser un punt de partida interessant per comprendre com, dins el context actual d'una societat acceleradament canviant, aquesta tecnologia ha afavorit i facilitat la creació d'una cultura de comunicació que genera noves formes d'interacció social entre els adolescents de 12 a 16 anys i entre generacions.

Com hem apuntat en el primer capítol d'aquesta tesi i d'acord amb la metodologia seguida per diferents autors com Smith (2007), Bren i Flowerdew (2007) o Taylor, Tapp i Henaghan (2007), volem posar èmfasi en els adolescents com a subjectes actius que participen en la definició i les representacions socials dels fenòmens que els envolten. Apostem per la utilització d'un *pluralisme metodològic* que comporta utilitzar models mixtes amb metodologies quantitatives i qualitatives alhora (Munné, 1986, 1994; Casas, 1989; Aguinaga i Comas, 1991; Alberó, 1996; CIS, 2000 i Sánchez, 1993) per a l'estudi dels fenòmens socials complexos. Tant les relacions familiars, com les relacions intergeneracionals, com les anomenades cultures infantils i adolescents són fenòmens socials

complexes. No els podem explicar sols estudiant els comportaments socials dels infants i dels adolescents, sinó que cal també conèixer millor les situacions que viuen els adolescents *des de la seva perspectiva*, és a dir, donant credibilitat a les seves afirmacions, percepcions i avaluacions en la mesura que sigui possible bo i mantenint l'interès per la perspectiva d'altres agents socials implicats com són els adults, per la qual cosa en aquesta tesi també analitzarem les seves opinions i experiències amb el propòsit d'explorar els dos punts de vista.

A partir del plantejament exposat, per assolir els objectius d'aquesta tesi hem optat per utilitzar un disseny que s'ha concretat en l'articulació de dues metodologies complementàries i que, sota el nostre punt de vista, és important compaginar-les. Com assenyalen Freitas i Janissek (2000), la riquesa d'anàlisi només es pot assolir amb la variació i l'aplicació de diferents tècniques.

En una primera fase de la recerca, emprarem tècniques quantitatives mitjançant un qüestionari per adolescents i un altre de característiques similars pels seus progenitors. Amb aquesta primera recollida de dades avaluarem quin és el context actual d'ús i disponibilitat del mòbil entre la població adolescent, així com alguns aspectes referents a les seves actituds, percepcions i avaluacions en relació a les NTICs. També recollirem informacions dels seus progenitors en relació a alguns aspectes referents a l'interès i la informació que tenen respecte les NTICs. En definitiva, a través de la investigació quantitativa volem conèixer la disponibilitat i ús del telèfon mòbil, algunes variables motivacionals (facilitat o dificultat per viure sense aquest aparell i la informació i interès manifestat envers aquest) i alguns aspectes de les relacions interpersonals (activitats relacionals i comunicacionals) de la població adolescent i dels seus progenitors a l'entorn del telèfon mòbil en el context gironí.

En una segona fase de la recerca i, un cop analitzats els resultats obtinguts a través dels qüestionaris, emprarem tècniques qualitatives amb el propòsit d'investigar preguntant directament als participants de l'estudi sobre les seves perspectives i aprofundir en aquestes relacions. Hem escollit el grup de discussió com la tècnica de recollida de dades per la seva característica d'afavorir la discussió entre els iguals (adolescents entre 12 i 16 anys), per una banda i, entre progenitors dels propis adolescents de la mostra per l'altra, sobre un fenomen present en els seus contextos socials quotidians.

D'aquesta manera, a través d'un disseny d'investigació *multimètode* o *pluralista* (vegeu Bericat, 1998 i Beltrán, 1994 i 2000) i del desenvolupament d'estratègies de *triangulació* i *complementació* (vegeu

Bericat, 1998) ens serà possible, a partir de la discussió que s'ha establert entre els participants, tenir una imatge de conjunt de l'objecte estudiat i conèixer fins a quin punt les seves opinions reflecteixen realitats semblants o discrepants en relació a les noves cultures i formes de relació interpersonal que estan emergint entorn al telèfon mòbil en aquest grup social (adolescents de 12 a 16 anys) i el món dels adults (progenitors).

Segons Álvarez-Gayou (2003) en recerca qualitativa cal assolir i assegurar una obtenció de dades de la situació real i veritable de les persones a qui s'investiga i, en aquest sentit, serà preferible i més descriptiu parlar de la necessitat d'*autenticitat*, més que de validesa. Això significa aconseguir que les persones expressin realment el que senten. Un altre requisit metodològic bàsic des del paradigma quantitatiu es la *confiabilitat*, que es refereix a reduir l'error de mesura al mínim possible (Hernández Sampieri *et al.*, 1998). Eisner (dins Martínez, 1999) proposa la *corroboració estructural* en la investigació qualitativa, que consisteix en el procés de reunir les dades i la informació i amb elles establir els llaços d'un tot que es recolza en parts de l'evidència. En relació a això, sorgeix el concepte de *triangulació*, que es considera com la utilització de múltiples mètodes, materials empírics, perspectives i observadors per agregar rigor, amplitud i profunditat a qualsevol investigació (Denzin i Lincoln, 1998).

Denzin i Lincoln (2000) proposen 4 tipus de *triangulació*:

1. La *triangulació de dades*. Utilització de diverses fonts de dades en un estudi.
2. La *triangulació d'investigadors*. Utilització de diferents investigadors o avaluadors.
3. La *triangulació de teories*. Utilitzar múltiples perspectives per interpretar un mateix grup de dades.
4. La *triangulació metodològica*. Utilitzar diferents mètodes per estudiar un mateix problema.

En aquesta recerca ens plantegem la triangulació de dades, d'investigadors i la metodològica. La triangulació és una estratègia metodològica més que un mètode o una tècnica concreta (vegeu Freshwater, 2006; Moran-Ellis *et al.*, 2006 i Smith, 1985). Els seus objectius són *l'enriquiment* (mitjançant l'amplificació de les vies d'informació i les formes d'interpretació) i el *control de qualitat* (mitjançant el contrast entre informacions o interpretacions coincidents i discordants). En el cas d'aquesta tesi hem articulat la recerca quantitativa i qualitativa de manera diacrònica.

De manera global podem dir que la part empírica d'aquesta tesi segueix un ordre seqüencial en el temps aplicant diferents tècniques de recollida i d'anàlisi de dades sobre una mateixa població. La

primera recollida de dades, la podem definir com una fase *descriptiva* que ens serveix per fonamentar la següent fase, d'anàlisi més *en profunditat* (vegeu Taula 10). Amb l'anàlisi de les dades d'aquesta tesi el que es persegueix és identificar elements clau de les **cultures mediàtiques emergents**, en relació a l'ús d'una nova tecnologia com el telèfon mòbil des de la perspectiva psicosocial (relació amb els iguals, amb els adults, modes, etc.).

Taula 10.- Fases de la recerca

Fases	Dades recollides	Tècnica emprada	Objectiu
I	Quantitatives	Qüestionari	Descriure un conjunt de característiques i comportaments de la població adolescent i adulta en relació a les NTICs.
II	Qualitatives	Grups de discussió	Recollir les percepcions dels participants i analitzar en profunditat la manera en que elaboren i defineixen el seu discurs al voltant de les NTICs (en concret, la telefonia mòbil).

3.2. Objectius generals

El principal objectiu de la recollida de dades mitjançant qüestionaris (fase I) és disposar de dades *descriptives* sobre el comportament dels adolescents entre 12 i 16 anys, així com algunes de les atribucions dels progenitors sobre aquest comportament a l'entorn del telèfon mòbil i assajar algunes interpretacions del conjunt de les implicacions personals que està tenint l'ús d'aquesta NTIC. S'analitzarà si està influïent i, en el seu cas, com ho fa aquest mitjà audiovisual en la comunicació i en les relacions dels adolescents amb diferents persones, en els seus interessos i, en d'altres aspectes de la seva vida com l'autoestima i el suport social percebut per part de la família i de les amistats.

En la segona fase de la recerca el principal objectiu és *aprofundir en la comprensió* dels aspectes generals dels resultats de la primera fase, tenint en compte les argumentacions exposades pels adolescents i pels progenitors en els grups de discussió.

De forma general ens proposem explorar:

1. La disponibilitat i usos que fan del telèfon mòbil els noies i les noies, així com les argumentacions de nois i noies explicatives d'aquesta disponibilitat.
2. La facilitat o dificultat manifestada pels adolescents per viure amb o sense el telèfon mòbil i els arguments que en donen.

3. Les autoavaluacions que els adolescents fan sobre la informació de que disposen i sobre l'interès que mantenen vers el telèfon mòbil, així com sobre les argumentacions dels adolescents dels dos sexes i dels progenitors en relació al canvi d'actitud de les noies observat en els darrers anys cap a aquesta tecnologia.
4. Les autoavaluacions que els progenitors fan sobre la informació que disposen i sobre l'interès que tenen vers el telèfon mòbil, així com les raons manifestades pels adolescents dels dos sexes i els propis progenitors per disposar d'aquest aparell.
5. La freqüència amb que els adolescents mantenen converses amb diferents persones a l'entorn dels mitjans audiovisuals, així com els arguments utilitzats per justificar la in/satisfacció expressada amb aquestes converses amb els progenitors i els amics.
6. La relació existent entre alguns constructes psicosocials vinculats amb el benestar psicològic dels adolescents i el fet de disposar o no d'un telèfon mòbil i, particularment explorarem si les dades avalen o no les hipòtesis referides a l'existència d'alguna relació entre el suport social percebut de la família i els amics, l'autoestima i el fet de tenir telèfon mòbil.
7. El punt de vista dels progenitors en relació a les cultures mediàtiques adolescents i les noves formes de relació i comunicació que els seus fills tenen entorn els mitjans audiovisuals.

3.3. Fase I

3.3.1. Objectius específics

A nivell més específic es plantegen els següents objectius:

1. Explorar quins són els aspectes psicosocials que estan implicats en *l'ús i la disponibilitat* d'aquesta tecnologia, *les variables motivacionals i les relacionals interpersonals* a l'entorn del telèfon mòbil en els nois i noies d'entre 12 i 16 anys. Explorarem els aspectes següents:
 - 1.1) La **disponibilitat** i **l'ús** que els nois i les noies fan del telèfon mòbil.
 - 1.2) Les avaluacions que els adolescents fan en relació a la **facilitat o dificultat de viure sense el telèfon mòbil**.
 - 1.3) L'autoavaluació del **nivell d'informació** que manifesten tenir nois i noies respecte el telèfon mòbil.
 - 1.4) L'autoavaluació de l'**interès actual** que aquests manifesten tenir en relació al telèfon mòbil.
 - 1.5) Les diferents **activitats** que els adolescents manifesten fer en relació a un ventall d'utilitats que ofereix aquest aparell.

1.6) La **freqüència en la comunicació** amb diferents persones del seu entorn –familiars i/o amics- sobre el què fan o miren amb els diferents mitjans audiovisuals.

2. Comprovar les **diferències de gènere** en cadascun dels aspectes relacionats al punt anterior. Per tal d'explorar aquest objectiu partim de la següent hipòtesi de treball, seguint a Vera (2005):

Els mitjans de comunicació i, per extensió, el telèfon mòbil actuen com a agents de socialització dels adolescents en la societat contemporània. En períodes de ràpids canvis socials com l'actual, els processos de socialització són irregulars entre els diferents grups i subgrups d'edat, gènere, creences o nivell cultural. Per tant, partim del supòsit que els processos de socialització entre nois i noies no són necessàriament els mateixos la qual cosa ens porta a hipotetitzar *que existeixen diferències de gènere en relació als diferents elements psicosocials implicats en l'ús del telèfon mòbil.*

3. Analitzar, també, si s'observen **diferències** entre els adolescents pel fet de **tenir un mòbil propi o no tenir-ne** en relació als elements següents aspectes psicosocials:

3.1) La **freqüència en la comunicació** amb diferents persones del seu entorn –familiars i/o amics- sobre el què fan o miren amb els diferents mitjans audiovisuals.

3.2) La **facilitat o dificultat de viure sense el telèfon mòbil.**

4. Finalment, explorar la possible relació existent entre els constructes **d'autoestima i suport social percebut per part de la família i dels amics** i el fet de disposar o no d'un **telèfon mòbil**. Partirem de la hipòtesi general següent:

La disponibilitat d'aquest instrument l'ús del qual facilita, o sigui percebut com a facilitador, de les relacions amb els amics incidirà positivament sobre el benestar psicològic, particularment en l'àmbit de les relacions amb les amistats o iguals, i presumiblement també sobre altres constructes relacionats amb aquest.

D'aquesta hipòtesi general deriva una altra de més específica: Aquells adolescents que disposin de telèfon mòbil presentaran majors nivells d'autoestima i de percepció de suport social per part dels amics i amigues.

3.3.2. Objectius complementaris

Per tal de contextualitzar en quin entorn psico-socio-familiar es dona l'ús del telèfon mòbil, també es vol conèixer quin és el punt de vista dels seus progenitors en relació a aquesta tecnologia. En concret, es persegueix contrastar les respostes entre progenitors i fills en les qüestions següents:

1. Analitzar l'autoavaluació de la **informació** de què disposen els **progenitors** respecte els diferents mitjans audiovisuals explorats i, particularment sobre el telèfon mòbil.
2. Avaluar les **atribucions** que aquests fan al seu propi fill/a i les respostes del joves, en quant a la informació que uns i altres manifesten tenir d'aquests mitjans audiovisuals.
3. Comprovar l'autoavaluació de l'**interès actual** dels **progenitors** respecte els diferents mitjans audiovisuals explorats i, particularment sobre el telèfon mòbil.
4. Explorar les **atribucions** d'interès que fan els progenitors respecte del propi fill/a i l'interès que els adolescents manifesten cap als mitjans audiovisuals explorats i, particularment cap al telèfon mòbil.

3.3.3. Mètode

3.3.3.1. Mostra

Per tal de recollir les dades s'ha dissenyat un mostreig per conglomerats, d'un conjunt d'instituts d'educació secundària de la província de Girona, localitzats a la capital o en poblacions de mida mitjana, per considerar que un mostreig d'aquest tipus és el que ens donaria una visió més general dels comportaments relacionals enfront als mitjans audiovisuals en el moment present.

El mostreig per conglomerats té l'avantatge que permet obtenir una mostra gran de subjectes amb característiques relativament homogènies, la qual cosa obre la possibilitat d'explorar els valors de les variables vinculades a cadascun dels objectius específics disposant de subconjunts suficients de subjectes, a fi de poder analitzar posteriorment relacions entre variables.

El mostreig gran ha estat, per altra banda, imprescindible per aconseguir una mostra suficient de progenitors per a les anàlisis amb dades aparellades, ja que es ben coneguda la important taxa de

no respostes quan les dades s'obtenen mitjançant un qüestionari tramés per correu. No s'ha perseguit, per tant, una representativitat de la mostra en relació a la població general, sinó un mostreig psicosocial. Presumiblement la mostra recull, sobretot, subjectes de famílies de classe mitjana baixa a mitjana alta, quedant fora del mostreig els de nivells socioeconòmics extrems i els subjectes que viuen en entorns rurals.

De la llista de centres d'ensenyament mitjà de la província, hem dut a terme un mostreig aleatori de dotze, amb l'objectiu d'obtenir un nombre suficient de qüestionaris de cada categoria d'edat. Quatre instituts no han acceptat participar en l'estudi i els hem substituït aleatòriament.

A cadascun dels instituts que han acceptat de cooperar, els hem informat dels objectius de la recerca a través del director/a del centre i del president/a de l'Associació de Mares i Pares dels Alumnes (AMiPA).

Un cop hem obtingut el permís de cada director/a del centre i de les AMiPAS, s'ha procedit a l'administració dels qüestionaris a cada grup. El qüestionari dels progenitors tenia en la portada una petita explicació sobre quins són els nostres objectius d'investigació tot demanant-los la seva col·laboració, i que responguessin pensant en el fill que els ho ha entregat ja que en alguns casos ens podríem trobar que hi hagués més d'un germà al mateix centre.

3.3.3.1.1. Mostra de nois i noies

La mostra final està formada per 1211 nois i noies dels quatre cursos d'Educació Secundària Obligatòria, dels quals 577 són nois (46%) i 645 són noies (54%). La mitjana d'edat és de 14,07 anys ($\sigma = 1,256$).

Pel que fa a la distribució per edats i gènere (Taula 11), podem observar com el percentatge de nois i noies de les edats extremes (12 i 16 anys) en aquesta mostra és menor que a les edats del mig (13, 14 i 15) degut a que part dels nois i noies de primer curs en el moment en que recollim les dades ja han complert els 13 anys i part dels de 16 anys ja en tenen 17.

Taula 11.- Distribució de la mostra d'adolescents per edat i gènere

	12	13	14	15	16	TOTAL
Nois	78 (6,4%)	132 (10,9%)	149 (12,3%)	126 (10,4%)	72 (5,9%)	557 (46%)
Noies	75 (6,2%)	138 (11,4%)	168 (13,9%)	158 (13,0%)	115 (9,5%)	654 (54%)
TOTAL	153 (24,4%)	270 (22,3%)	317 (26,2%)	284 (23,5%)	187 (15,4%)	1211

3.3.3.1.2. Mostra de progenitors

A la Taula 12 veiem la mostra total de progenitors que han participat en l'estudi. Les respostes al qüestionari han estat efectuades per un 48,9% de mares, un 19,7% de pares i un 31,4% de progenitors que han contestat conjuntament -pare i mare-.

Si tenim en compte el gènere del fill, observem que un 38,7% dels qüestionaris pertanyen a progenitors d'un noi i un 61,3% a progenitors d'una noia.

Taula 12.- Distribució d'adolescents tenint en compte quin dels progenitors ha contestat el qüestionari

	d'un noi	d'una noia	TOTAL
Mare	85 (18,4%)	141 (30,5%)	226 (48,9%)
Pare	39 (8,4%)	52 (11,3%)	91 (19,7%)
Pare i mare conjuntament	55 (11,9%)	90 (19,5%)	145 (31,4%)
TOTAL	179 (38,7%)	283 (61,3%)	462 (100%)

3.3.3.2. Instruments

Hem emprat dos qüestionaris, un per a nois i noies de 12 a 16 anys (vegeu Annex 3) i un altre per als seus progenitors (vegeu Annex 4). Els dos qüestionaris estan formulats amb preguntes equivalents per tal de poder comparar les respostes entre progenitors i fills.

El **qüestionari per a adolescents** inclou preguntes tancades amb les que hem explorat, en primer lloc, la disponibilitat, l'ús i les hores d'ús de sis mitjans audiovisuals (televisor, ordinador, Internet, videoconsola, videojocs per ordinador i telèfon mòbil). També hem examinat com les activitats amb aquests mitjans es reflecteixen en les seves converses amb els seus progenitors, germans, els iguals –de la mateixa edat i més grans- i els professors. Hem recollit informació respecte a la facilitat i/o

difficultat de viure sense alguns dels mitjans explorats, així com la informació i l'interès manifestat per aquests mitjans. Finalment, explorem diferents fenòmens psicosocials, particularment l'autoestima (Rosenberg, 1965) i el suport social percebut (Vaux *et al.*, 1986) per part de la família i dels amics.

Pel que fa al **qüestionari per a progenitors**, també inclou ítems de caràcter tancat equivalents als que hem explorat en el qüestionari dels adolescents. En concert, se'ls pregunta sobre aspectes referents al seu interès actual pels mitjans audiovisuals i el nivell d'informació disponible sobre cadascun dels mitjans. A més, analitzem les seves percepcions sobre el nivell d'interès i informació que atribueixen als seus fills en relació als sis mitjans explorats. En aquest cas, no s'han inclòs les escales psicomètriques d'autoestima i de suport social percebut.

Del qüestionari per a progenitors, se'n va confeccionar dues versions: una en català i una en castellà. A Catalunya ambdós idiomes són oficials, i tots els/les adolescents els parlen de manera fluïda, excepte el nois i noies immigrants que han arribat recentment. No obstant, aquest no és el cas de tots progenitors, així que se'ls va permetre escollir la versió de la llengua amb la qual se senten més còmodes.

Prèviament a l'administració d'ambdós qüestionaris es van realitzar proves pilot per tal de millorar-los i es van fer els canvis que els investigadors vàrem considerar convenients per tal d'optimitzar-los.

3.3.3.3. Procediment

S'ha administrat el qüestionari per a nois i noies de forma grupal en el context de la seva aula. Durant la sessió d'administració, que va durar entre una hora per als més petits i uns 35-40 minuts per als més grans, estaven presents el professor habitual i dues investigadores. Es va demanar als adolescents la seva cooperació i se'ls va informar que les seves dades serien tractades de manera confidencial. En finalitzar la sessió, se'ls va entregar en mà un sobre tancat amb un qüestionari per a que el portessin a casa per als seus progenitors. Un cop contestat l'havien de retornar a l'escola.

Pocs mesos després, es va retornar a cada centre un informe amb els primers resultats descriptius de l'estudi, amb una carta en la que s'oferia la possibilitat de discutir les qüestions que se'n deriven de l'estudi en alguna reunió al centre a la seva comoditat. A diferència d'ocasions anteriors, en aquesta recerca no vàrem rebre cap resposta.

3.3.4. Anàlisi de dades

Per analitzar les respostes recollides es va elaborar, en primer lloc, una base de dades amb el paquet estadístic SPSS 11.5. Un cop entrades i depurades totes les dades dels qüestionaris es va procedir a la seva anàlisi. L'anàlisi de dades realitzat comprèn un estudi descriptiu bàsic pel conjunt de dades estudiades, que s'ha realitzat des d'un enfocament univariat o bivariat en funció de la naturalesa de cada variable o de la comparació entre variables. El propòsit del l'anàlisi univariat és la descripció d'aspectes rellevants de les dades. Mentre que l'anàlisi bivariant s'utilitza per explicar comparacions i cercar relacions bo i inferint-ne explicacions. També es van dur a terme anàlisis comparatives orientades a la detecció de diferències intergrups, sobretot, es considerarà el gènere i el fet de disposar o no d'un mòbil propi, bo i seguint els suggeriments de Pérez (2001).

3.4. Fase II

3.4.1. Objectius específics

El desenvolupament de les discussions en grup es van orientar per a què ens aportessin explicacions, opinions i experiències dels participants sobre les temàtiques que presentarem a continuació. Tres de les temàtiques s'han plantejat de manera equivalent en els grups de discussió d'adolescents i de progenitors, però la resta s'han formulat de manera diferent. A continuació, exposem quines són les temàtiques que ens proposem explorar, a nivell més específic, en cada grup, per aprofundir en la comprensió del punt de vista de nois i noies i progenitors.

Temàtiques a explorar tant en el grups de discussió dels adolescents com en els dels progenitors:

- 1) Les raons de la insatisfacció majoritària mostrada pels adolescents en mantenir converses sobre el què fan o miren amb els mitjans audiovisuals, amb el progenitors.
- 2) Les possibles explicacions del ràpid canvi d'interès de les noies observat en menys de 4 anys cap alguns mitjans audiovisuals com Internet, l'ordinador i, sobretot, el telèfon mòbil.
- 3) La importància de tenir telèfon mòbil propi: les atribucions dels *adolescents* envers la importància que creuen que els seus *progenitors* donen al mòbil, la pròpia importància manifestada pels *progenitors* en relació a aquest aparell i l'actitud dels *progenitors* cap a l'ús que els fills fan del telèfon mòbil.

Temàtiques a explorar només en el grups de discussió dels adolescents:

- 4) Les raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat percebuda de viure sense aquest aparell.
- 5) Elements implicats en la disponibilitat del telèfon mòbil: forma de consecució, de pagar les despeses i edat adequada per tenir mòbil.

Temàtica a explorar només en els grups de discussió de progenitors:

- 6) Actitud dels progenitors en relació a les noves cultures mediàtiques i formes de relació i comunicació dels i les adolescents.

3.4.2. Mètode

3.4.2.1. Participants

Pel que fa als *participants* de l'estudi, en general, la investigació qualitativa no persegueix especialment la representativitat. Una investigació pot ser valuosa si es realitza amb un sol cas (estudi de cas), amb una família o amb un grup qualsevol de poques persones. Si en la recerca qualitativa busquem conèixer la subjectivitat, esdevé impossible pensar que aquesta pogués ser generalitzable.

En finalitzar l'anàlisi de les dades i la posterior elaboració d'un informe amb els primers resultats de l'estudi quantitatiu, vàrem sol·licitar novament la col·laboració voluntària dels alumnes de cada centre i dels seus progenitors per participar en la segona fase de la recerca. Els participants adolescents s'obtenen a través de cada director de l'IES el que demana la col·laboració voluntària d'alguns dels alumnes del seu centre. Els participants adults (pares i mares) s'aconsegueixen mitjançant cada president/a de l'AMiPA, el/la qual inicia els primers contactes.

Un cop els directors dels IES i els propis pares i mares, a través de l'AMiPA, ens donen el seu permís per a la realització dels grups de discussió iniciem la recollida de dades qualitativa. Primer, organitzem grups de discussió amb nois i noies de 12 a 16 anys i, posteriorment, amb alguns dels seus progenitors.

3.4.2.1.1. Selecció dels participants adolescents

Sis dels set centres que han participat en la primera fase de l'estudi accepten seguir col·laborant. Seguint els objectius programats, vàrem desenvolupar un total de 14 grups de discussió de 8 participants cadascun. En aquests grups, es recullen informacions de diverses temàtiques al voltant de les NTICs estructurades en un guió.

Les dades que analitzarem en el capítol IV s'extreuen d'aquests grups de discussió al voltant de les temàtiques exposades en l'apartat 3.3.2. Malgrat que en investigació qualitativa és habitual deixar de recollir informació quan aquesta se *satura*, hem cregut oportú aprofitar tota la informació disponible. Seguint a Morgan (1997) l'aproximació del grup discussió es forma amb tres o cinc grups de participants. Però, aquesta "regla pràctica" pot variar en funció de cada projecte d'investigació, per tant, val a dir que un cop extreta tota la informació recollida de les sis temàtiques explorades en els grups de discussió, ens ha semblat prou rellevant com per tenir en compte la opinió dels participants dels 14 grups. A més, el nostre propòsit ha estat escoltar i analitzar les experiències i opinions dels nois i noies de 12 a 16 anys i, per tant, dels quatre cursos de la ESO. Per això, els grups de discussió es van configurar seguint dos criteris: a) que hi participessin nois i noies de 1r a 4t d'ESO i b) que, en la mesura que fos possible, es desenvolupessin per cada curs grups amb només noies, només nois i mixtos. La composició dels grups de discussió d'adolescents la podem veure amb més detall a l'Annex 1.

En conjunt han participat 112 nois i noies de primer fins a quart d'ESO, dels quals un 50% són nois (n=56) i un 50% noies (n=56). També hem aconseguit un conjunt de participants similars en edats i gènere. De primer d'ESO hem organitzat 3 grups de discussió (en no disposar d'un grup de noies s'ha organitzat 1 mixt i 2 de nois), de segon curs 3 grups (1 mixt, 1 de nois i 1 de noies), de tercer d'ESO s'han realitzat 5 grups (3 mixtos, 1 de nois i 1 de noies) i, finalment, de quart curs 3 grups (1 mixt, 1 de nois i 1 de noies).

3.4.2.1.2. Selecció dels participants adults (progenitors)

S'han organitzat 5 grups de discussió amb un total de 41 participants, que oscil·len entre 5 i 10 subjectes per grup. Dos grups han estat formats només per mares i els altres tres han estat mixtos (mares i pares). No va ser possible organitzar cap grup amb només pares. La composició dels grups de discussió dels progenitors la podem veure amb més detall a l'Annex 2.

3.4.2.2. Instrument

En aquest estudi analitzarem les opinions expressades per nois i noies i progenitors mitjançant la tècnica qualitativa dels grups de discussió. El grup de discussió (terme genèricament equivalent al de *grup focal*) és una de les tècniques grupals més emprades en l'àmbit de les ciències socials (López i Scandroglio, 2007). Morgan (1997) el descriu com un tipus d'entrevista de grup que se centra en la interacció entre els participants més que en la interacció del moderador amb els participants. El moderador inicia la discussió seguint un guió preparat prèviament.

Un grup de discussió se'l considera un grup artificial perquè no existeix ni abans ni després de la sessió de conversa, sinó que neix en el moment en que s'inicia el diàleg. Per a Krueger (1998) esdevé rellevant que els participants no es coneguin, però des de l'experiència d'Álvarez-Gayou (2003) es considera adequat que les persones formin part del grup malgrat es coneguin prèviament, perquè, essent congruents amb Krueger, el tema de conversa és el que en realitat donarà inici al grup i no tant conèixer-se prèviament; és a dir, poden ser coneguts però no significa que hagin parlat del tema d'investigació, plantejament que nosaltres compartim.

Malgrat que en el context espanyol s'ha desenvolupat una intensa recerca entorn a la formulació del *grup de discussió* d'Ibáñez (1979), no es pot afirmar que existeixi consens a l'entorn d'una única definició ja que, com planteja Vallés (2001), existeix una gran varietat de plantejaments tècnics i pràctics al respecte. El grup de discussió s'hauria de definir segons Vallés, com una modalitat de l'entrevista de grup que es troba entre les tècniques d'entrevista individual i les tècniques d'observació participant, ja que sense ser equiparables amb cap d'elles, té elements de les dues. Tal i com assenyala Callejo "la denominació de les pràctiques grupals constitueix actualment un problema, malgrat només sigui un problema acadèmic" (2001, p.16).

El grup de discussió té com objectiu facilitar un context en el qual un conjunt de persones poden expressar i confrontar lliurement les seves idees sobre un tema. Produeix material qualitatiu que aporta coneixement sobre les actituds, percepcions, sentiments i opinions dels participants, respecte el fenomen a explorar. Aquests resultats s'obtenen mitjançant preguntes obertes en les que els participants poden escollir i discutir la resposta o diferents respostes possibles. Els grups de discussió presenten un clima de naturalitat en el que els participants son influenciats per, i influeixen en, la resta dels participants, de la mateixa manera que succeeix en la vida real (Krueger, 1991).

Per tot l'exposat, vàrem decidir que aquesta tècnica qualitativa és la més adequada als nostres propòsits, ja que permet la recollida de dades i informacions de forma col·lectiva i semiestructurada, a partir de grups homogenis.

Canales i Peinado (1999) consideren que una sessió ha de durar entre 1 i 2 hores. El temps moltes vegades dependrà del tema d'investigació, tenint cura d'esgotar els temes; també dependrà de la pròpia dinàmica del grup.

La sessió amb cada grup té lloc amb un moderador, un observador que donarà suport a aquest i un grup de persones que, en el nostre cas, es coneixen entre sí. Tal i com aconsella Ruiz Olabuénaga (1997), hem tingut en compte algunes consideracions pràctiques que assegurassin l'èxit inicial dels grups de discussió:

- ◆ El moderador es trobarà al grup ja reunit a l'aula que s'hagi pactat prèviament.
- ◆ El grup estarà còmodament assegut i distribuït, i la reunió no s'iniciarà fins que tots i tot (llum, cadires, gravadores, ...) estigui perfectament condicionat.
- ◆ El moderador es presentarà inicialment a sí mateix i a l'altre investigador i al tema, en termes generals, però clars.
- ◆ El moderador estableix quines són les normes a seguir per a que tots els participants les compleixin.

Aquestes són les consignes que es van donar als components dels grups de discussió, sobretot, en el cas dels adolescents:

- ☞ Que nois i noies s'asseuran de manera aleatòria per tal d'evitar que els que són més amics es facin comentaris entre ells/es sense que la resta del grup els escolti.
- ☞ Que els investigadors/es donarem el torn de paraula per tal d'evitar que tots/es parlin alhora, fet que dificulta la tasca de transcripció de les seves converses.
- ☞ Que intentin fer el menor soroll possible amb objectes (com els bolígrafs, les taules...) perquè a l'hora de transcriure les seves converses registrades amb el magnetòfon no hi hagin molts sorolls que ens dificultin aquesta tasca.
- ☞ Que no hi ha respostes bones ni dolentes, el què es pretén és saber les diferents opinions o punts de vista dels joves de la seva edat.
- ☞ Que es farà una roda de presentacions dels nois i noies que formen el grup, tot indicant els seus noms i l'edat.

Finalment, se'ls demanarà si els que formen el grup van respondre el qüestionari que vam passar al seu institut el darrer curs.

S'han elaborat dos guions per a centrar la discussió, un pels adolescents (vegeu Annex 5) i un altre per als seus progenitors (vegeu Annex 6), ambdós amb preguntes similars per poder equiparar les respostes. El guió se centra, bàsicament, en un llistat de temes (Fabra i Domènech, 2001). Cal tenir en compte que la pretensió del grup de discussió no consisteix en obtenir respostes a preguntes concretes ni assolir el consens, sinó facilitar un intercanvi d'opinions i punts de vista al voltant de qüestions considerades rellevants a la llum dels objectius de la recerca.

Álvarez-Gayou (2003) proposa 5 criteris per formular les preguntes als integrants del grup, recordant que la guia ha de ser una ajuda, no una exigència pesada:

- ◆ Evitar plantejar preguntes tancades.
- ◆ Evitar preguntes dicotòmiques.
- ◆ Aprofitar les preguntes imprevistes o no programades, que poden aportar riquesa informativa a la recerca i ajudaran a complementar el tema de recerca.

Seguint a Corbetta (2003), aquestes són algunes de les raons per les quals hem triat els grups de discussió com a tècnica qualitativa de recollida de dades:

- ◆ Són un excel·lent instrument per a la recollida de dades d'una manera ràpida i menys costosa que les entrevistes individuals.
- ◆ El procés de discussió grupal crea un espai per discutir a partir de les experiències dels participants.
- ◆ Permeten a l'investigador interactuar amb els participants per fer-los aclariments.
- ◆ Proporcionen una gran quantitat de dades amb les pròpies paraules dels participants.
- ◆ Tenen un efecte sinèrgic que porta a aprofundir en el tema.
- ◆ Són flexibles perquè permeten una àmplia diversitat d'individus i de llocs.
- ◆ És possible treballar amb persones que no tinguin educació formal.
- ◆ Els resultats obtinguts són fàcils d'entendre amb una simple lectura.

3.4.2.3. *Procediment*

En el cas **dels adolescents**, es va realitzar una discussió, més o menys d'una hora, en grups formats per 8 subjectes. Es van mostrar algunes xifres dels resultats obtinguts –a través d'uns fulls de color que entregàvem a cadascun dels joves- amb els qüestionaris i es van realitzar algunes preguntes perquè els joves discutissin entre ells i elles què en pensaven de les respostes que nosaltres havíem obtingut amb els qüestionaris (primera fase).

En acabar les discussions amb nois i noies, vam organitzar cinc grups de discussió amb **pares i mares** dels mateixos alumnes. Les discussions van durar al voltant d'una hora i mitja. Abans de començar la discussió amb cada grup es va demanar als progenitors que diguessin l'edat i el sexe del seu fill. De la mateixa manera que en el cas anterior, se'ls va mostrar algunes xifres dels resultats obtinguts –a través d'uns fulls de color que es van entregar a cadascun dels participants- a partir dels qüestionaris i es van formular algunes preguntes per a què els pares i les mares discutissin entre ells i elles què en pensen de les respostes que s'havien obtingut.

Les reunions es van desenvolupar en una aula prèviament escollida pel propi director del centre, en el cas dels adolescents, i en el lloc habitual de les reunions de l'AMiPA en el cas dels grups de discussió amb progenitors. Es va procedir d'aquesta manera per a que el lloc no representés amenaces o incomoditats que condicionessin les aportacions dels participants.

Les converses mantingudes en els diferents grups es van registrar mitjançant dos magnetòfons, per després analitzar detingudament què s'havia dit, els acords i desacords observats i, per entendre millor el punt de vista dels adolescents i de les seves mares i pares sobre cada qüestió. De la mateixa manera que en la fase I, es va assegurar als participants que hi hauria absoluta confidencialitat amb les seves respostes.

El material que es va emprar pel correcte desenvolupament de les sessions va ser dues gravadores (amb l'objectiu d'assegurar-nos que quedin ben registrades les converses) i les carpetes que es va entregar als participants amb els fulls de colors amb algunes taules i xifres obtingudes en els qüestionaris i, que es va utilitzar per obrir el debat.

Es va elaborar un informe amb les temàtiques analitzades i les categories i subcategories identificades i, de la mateixa manera que en la primera fase de l'estudi, es va retornar als instituts i a les AMiPAS oferint-ne, novament, la possibilitat de discutir els resultats.

3.4.3. Anàlisi de dades

Existeix una gran varietat de programes informàtics que actualment són accessibles per fer una anàlisi qualitativa de les dades: Nud*ist6, Nud*istvivo2, Atlas.ti, Aquad cinco, Etnograph 5, WinMax, Maxqdata (vegeu la pàgina web: http://www3.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_04/n4_art_revuelta_sanchez.htm). No obstant això, vam optar per fer una anàlisi sense cap mena de suport informàtic principalment per dos raons. La primera es refereix, com apunta Behar (1991), a la limitació que té qualsevol programa informàtic ja que no està preparat per captar diferències semàntiques subtils. I la segona és perquè a força de llegir, rellegir i treballar manualment les diferents narracions recollides es van interpretant les dades cada vegada amb més riquesa alhora que es van revivint les situacions del context en que aquestes van ser recollides. Per tant, no estem justificant que no siguin necessaris programes informàtics que ens ajudin a organitzar la informació que emprarem per les nostres anàlisis, simplement volem fer constar que en l'anàlisi de dades qualitatives d'aquesta tesi s'ha optat per seguir un procediment de treball més tradicional.

Existeixen diferents enfocaments per a l'anàlisi de les dades obtingudes de les investigacions qualitatives. Rogers (1985) reconeixia que "malgrat la ciència és lenta i tosca, representa el millor camí per arribar a la veritat", i també assenyalava que representa un caràcter essencialment provisional, perquè el seu esperit és progressiu i dinàmic (Lerner, 1974).

Com a part de l'anàlisi es requereix comparar la informació obtinguda dels diferents grups, contrastant cadascun dels registres, els quals poden mostrar acords i desacords interessants, quan els grups tenen integrants amb iguals característiques de tipus social.

Una de les característiques de la investigació qualitativa és la paradoxa que, malgrat usualment són poques les persones a les que s'estudia, la quantitat d'informació obtinguda és molt gran. La major part de les investigacions generen una bona quantitat de fulls escrits, transcripcions d'entrevistes, de discussions grupals, etc. Una vegada tenim aquesta informació, la **primera tasca** consisteix en intentar trobar-li un sentit.

El primer pas és tenir en paper tota la informació que els participants han proporcionat. Una vegada realitzat això, l'anàlisi comença amb la comparació de les paraules: són idèntiques, similars, relacionades o no? Cal identificar idees, sentiments, opinions que es repeteixin, malgrat s'expressin amb paraules o estils diferents. Les opinions que s'expressen una vegada o poques vegades poden resultar clarificadores o interessants, però no són la part substantiva de l'informe.

L'anàlisi ha de ser sistemàtica, seguir una seqüència i un ordre. Krueger (1998) proposa cinc fases:

1. La primera, la fase d'obtenció de la informació, consisteix en comptar amb una seqüència ordenada de preguntes, de les menys complexes a les més complicades, que permetin que les persones vagin aprofundint en la seva introspecció.
2. La segona equival a la captura, organització i manegament de la informació. En quant a la captura, no és suficient amb el registre magnètic (gravació); l'investigador ha de tenir un quadern de notes, a més de tenir el material d'investigació perfectament identificable per evitar confusions en l'anàlisi.
3. La tercera és la codificació de la informació. Aquesta es refereix a una etiqueta que posarem als textos amb comentaris, opinions, sentiments, etc., i que pot repetir-se. Un estudi pot generar una gran quantitat de codis i, a la vegada, varis codis són susceptibles de ser agrupats en famílies quan estan relacionats entre sí.

Les dues següents fases són majoritàriament aplicables **als grups de discussió**:

4. Consisteix en reunir-se, després de la sessió, l'investigador amb els col·laboradors per veure si es van observar i escoltar les mateixes coses i, en general, per verificar les coincidències en la percepció de la sessió.
5. Finalment, es planteja la conveniència que els resultats es comparteixin amb els participants i altres investigadors.

Hem realitzat el que s'anomena una **anàlisi del contingut** (Frankfort-Nachmias i Nachmias, 1996), que consisteix en una lectura profunda de cadascuna de les respostes amb l'objectiu de codificar-les i obtenir-ne una idea sobre el tot (Freitas i Janiseck, 2000). Segons Bardin (2002), l'anàlisi del contingut es presenta en tres fases fonamentals: la preanàlisi, l'exploració del material i el tractament dels resultats. En la primera fase s'estableix un esquema del treball que es realitzarà, amb procediments ben definits, que poden ser flexibles. La segona fase consisteix en el compliment de

les decisions preses anteriorment i, finalment en la tercera etapa, l'investigador recolzat en els resultats encara no depurats ha de procurar tornar-los significatius i vàlids.

Les opinions i narracions que hem obtingut mitjançant la tècnica de grups de discussió s'han transcrit de les gravacions magnetofòniques i s'han analitzat les dades textuais recollides (en aquest cas, les 14 transcripcions dels grups de discussió d'adolescents i les 5 dels seus progenitors). L'anàlisi d'aquestes dades implica certes etapes que cal diferenciar. La primera és una fase de descobriment en progrés, és a dir, identificar temes i desenvolupar conceptes i proposicions. La segona fase, que es produeix quan les dades ja han estat recollides, inclou la codificació de les mateixes i el refinament de la comprensió del tema d'estudi. En la fase final, l'investigador tracta de comprendre les dades en el context en el qual van ser recollides.

La primer fase es basa, principalment, en la lectura. Hem llegit repetidament les narracions que s'han transcrit. A mesura que anem fent la lectura és important anotar i registrar totes les idees que tinguem i la reflexió que fem de les dades. Hem buscat els temes emergents, emprant el guió per ajudar-nos a construir llistes temptatives del temes. El procés segueix elaborant esquemes de classificació, és a dir, organitzar la llista de temes per categories, crear tipologies i classificacions. A continuació, es passa de la descripció a la interpretació i la teorització a través de conceptes. El desenvolupament de conceptes és un procés intuïtiu. Hi ha diferents formes de fer-ho però, en aquest cas, ha consistit en buscar paraules o frases del propi vocabulari emprat pels informants que captin el sentit del que ells/es diuen o fan en relació al tema estudiat (vegeu Delgado i Gutiérrez, 1994; Ruiz Olabuénaga, 1997; Iñiguez, 2003).

“Els criteris per la formació de les categories s'iniciaran en l'experiència de l'avaluador, del seu marc teòric, del contacte amb la realitat, de la intuïció, de la reflexió compartida amb l'equip o amb altres persones alienes a la investigació” (Santos Guerra, 1990, p.130).

En aquest sentit, tal com assenyala aquest autor, el procés de categorització ha estat compartit i avaluat per diferents persones: la doctoranda, fent una primera aproximació a les categories possibles que expliquin el fenomen a estudiar; l'investigador principal responsable de l'equip de recerca i tutor de la doctoranda, aportant el seu punt de vista i major experiència en el camp de la recerca; i, en darrer lloc, per dues estudiants amb una beca de suport a la recerca.

En resum, aquests són els passos que hem seguit per analitzar el contingut dels grups de discussió:

- ◆ Primer s'ha transcrit tota la informació i les observacions que hem recollit.
- ◆ S'ha llegit acuradament el text i s'ha marcat qualsevol part del text que ens ha semblat interessant o important. En aquesta primera lectura hem anotat codis temptatius per al que hem assenyalat. També hem subratllat les parts del text que ens poden servir de cites textuais per a la redacció dels resultats perquè són molt il·lustratives del codi o categoria.
- ◆ Hem realitzat més d'una lectura, ja que l'investigador s'ha de familiaritzar plenament amb el text que prové dels participants en el seu estudi. Les lectures repetides amb les anotacions i la codificació donen major claredat i estructura a l'anàlisi. Hem llegit tantes vegades com ha estat necessari el text, fins que ens hem *apropiat* d'ell.
- ◆ Un cop finalitzades aquestes lectures repetides, hem repassat les categories o codis amb les corresponents cites textuais i, a partir d'aquí, han emergit els diversos eixos temàtics principals, desmembrats en categories i subcategories, format un esquema o gràfic (Wagner *et al.*, 2005).

Capítol IV
Principals resultats de la recerca

En aquest capítol s'analitzen els principals resultats obtinguts en aquesta recerca un cop recollides i analitzades les dades. Presentarem dos grups de resultats, bo i analitzant primer les dades quantitatives i, després les dades qualitatives.

En el primer apartat analitzarem els aspectes següents:

A partir de les respostes dels adolescents:

- ☛ La disponibilitat i ús del telèfon mòbil i les variables relacionals i motivacionals entorn aquesta tecnologia.*
- ☛ Les diferències de gènere de les anteriors variables psicosocials relacionades amb la disponibilitat del telèfon mòbil.*
- ☛ Les diferències segons la disponibilitat o no de telèfon mòbil propi en quant a la variable relació i comunicació a l'entorn del mòbil i la facilitat o dificultat de viure sense el mòbil.*
- ☛ Les relacions entre l'autoestima, el suport social i el telèfon mòbil.*

A partir de les respostes dels progenitors:

- ☛ L'autoavaluació del nivell d'informació dels progenitors en relació al telèfon mòbil i les atribucions que fan respecte el nivell d'informació dels seus fills.*
- ☛ L'autoavaluació de l'interès dels progenitors en relació al telèfon mòbil i les atribucions que fan respecte el nivell d'informació dels seus fills.*
- ☛ Les diferències segons el gènere del fill de les anteriors variables psicosocials relacionades amb la disponibilitat del telèfon mòbil.*
- ☛ Les diferències segons el gènere dels progenitors de les anteriors variables psicosocials relacionades amb la disponibilitat del telèfon mòbil.*

En el segon apartat, realitzarem una anàlisi de les principals categories i subcategories de resposta expressades en els grups de discussió d'adolescents i progenitors, tot exposant-les a partir de les temàtiques explorades a través del guió de la discussió. Aquestes són:

- ☛ Temàtica 1: Les raons de la insatisfacció majoritària mostrada pels i les adolescents en mantenir converses sobre el què fan o miren amb els mitjans audiovisuals, amb els progenitors.*
- ☛ Temàtica 2: Les possibles explicacions del ràpid canvi d'interès de les noies observat en menys de 4 anys cap alguns mitjans audiovisuals com Internet, l'ordinador i, sobretot, el telèfon mòbil.*

☛ *Temàtica 3: Les raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat manifestada per part dels adolescents de viure sense telèfon mòbil.*

☛ *Temàtica 4: Elements implicats en la disponibilitat i ús del telèfon mòbil per part dels adolescents: forma de consecució, de pagar les despeses i edat adequada per tenir mòbil.*

☛ *Temàtica 5: La importància de tenir telèfon mòbil propi: les atribucions dels adolescents envers a la importància que creuen que els seus progenitors donen a aquest aparell, la pròpia importància manifestada pels progenitors i l'actitud dels progenitors cap a l'ús que els seus fill/es fan del telèfon mòbil.*

☛ *Temàtica 6: Actitud dels progenitors en relació a les noves cultures mediàtiques i formes de relació i comunicació dels adolescents.*

4.1. Resultats de l'estudi mitjançant qüestionaris

4.1.1. Anàlisi de la mostra obtinguda

Abans de començar a explorar els resultats en funció de cadascun dels objectius d'aquesta primera fase de la recerca, és important presentar estadísticament les característiques dels casos vàlids i dels casos perduts de la mostra d'adolescents i progenitors amb la qual hem treballat. A la Taula 13 es resumeix aquesta informació respecte a la mostra d'adolescents i a la Taula 14 la de la mostra dels seus progenitors.

Taula 13.- Número de casos vàlids i perduts del total de la mostra d'adolescents

Variables estudiades	N casos vàlids	N casos perduts	% casos vàlids	% casos perduts
Disponibilitat i ús del mòbil				
Disponibilitat de telèfon mòbil propi	1195	16	98,7	1,3
Ús de telèfon mòbil de casa no propi	1141	70	94,2	5,8
Ús de telèfon mòbil fora de casa no propi	1131	80	93,4	6,6
Facilitat o dificultat per viure sense mitjans audiovisuals				
Com de fàcil seria viure sense televisió	1200	11	99,1	0,9
Com de fàcil seria viure sense ordinador	1199	12	99	1
Com de fàcil seria viure sense Internet	1189	22	98,2	1,8
Com de fàcil seria viure sense videojocs	1188	23	98,1	1,9
Com de fàcil seria viure sense telèfon mòbil	1196	15	98,8	1,2
Informació en relació als mitjans audiovisuals				
Estar ben informat sobre la televisió	1197	14	98,8	1,2
Estar ben informat sobre l'ordinador	1187	24	98	2
Estar ben informat sobre Internet	1167	44	96,4	3,6
Estar ben informat sobre la videoconsola	1188	23	98,1	1,9
Estar ben informat sobre videojocs per a ordinador	1186	25	97,9	2,1
Estar ben informat sobre el telèfon mòbil	1188	23	98,1	1,9

.../...

.../...

Taula 1 (continuació)

Variables estudiades	N casos vàlids	N casos perduts	% casos vàlids	% casos perduts
Interès pels mitjans audiovisuals				
Interès per la televisió	1200	11	99,1	0,9
Interès per l'ordinador	1195	16	98,7	1,3
Interès per Internet	1177	34	97,2	2,8
Interès per la videoconsola	1184	27	97,8	2,2
Interès per videojocs per a ordinador	1187	24	98	2
Interès pel telèfon mòbil	1187	24	98	2
Relacions i comunicació a l'entorn del mòbil				
Parla amb el pare	1193	18	98,5	1,5
Parla amb la mare	1194	17	98,6	1,4
Parla amb els germans	1173	38	96,9	3,1
Parla amb algun mestre o professor	1179	32	97,4	2,6
Parla amb els amics de la mateixa edat	1189	22	98,2	1,8
Parla amb els amics més grans	500	711	41,3	58,7
Facilitat o dificultat per viure sense mitjans audiovisuals				
Com de fàcil seria viure sense televisió	1200	11	99,1	0,9
Com de fàcil seria viure sense ordinador	1199	12	99	1
Com de fàcil seria viure sense Internet	1189	22	98,2	1,8
Com de fàcil seria viure sense videojocs	1188	23	98,1	1,9
Com de fàcil seria viure sense telèfon mòbil	1196	15	98,8	1,2
Autoestima				
Autoestima	1018	193	84,1	15,9
Suport social				
Suport social percebut de la família	1012	199	83,6	16,4
Suport social percebut dels amics	1010	201	83,4	16,6

Taula 14.- Número de casos vàlids i perduts del total de la mostra de progenitors

Variables estudiades	N casos vàlids	N casos perduts	% casos vàlids	% casos perduts
Informació en relació als mitjans audiovisuals				
Informats sobre televisor	472	5	99	1
Informats sobre ordinador	466	11	97,7	2,3
Informats sobre Internet	460	17	96,4	3,6
Informats sobre videoconsola	455	22	95,4	4,6
Informats sobre videojocs per a ordinador	452	25	94,8	5,2
Informats sobre telèfon mòbil	463	14	97,1	2,9
Atribucions respecte el nivell d'informació dels fills en relació als mitjans audiovisuals				
Fill informat sobre televisor	469	8	98,3	1,7
Fill informat sobre ordinador	463	14	97,1	2,9
Fill informat sobre Internet	460	17	96,4	3,6
Fill informat sobre videoconsola	454	23	95,2	4,8
Fill informat sobre videojocs per a ordinador	456	21	95,6	4,4
Fill/a informat/da sobre telèfon mòbil	460	17	96,4	3,6
Interès pels mitjans audiovisuals				
Interès per la televisió	465	12	97,5	2,5
Interès per l'ordinador	462	15	96,9	3,1
Interès per Internet	452	25	94,8	5,2
Interès per la videoconsola	452	25	94,8	5,2
Interès per videojocs per a ordinador	458	19	96	4
Interès actual pel telèfon mòbil	465	12	97,5	2,5
Atribucions respecte l'interès dels fills en relació als mitjans audiovisuals				
Interès fill per la televisió	463	14	97,1	2,9
Interès fill per l'ordinador	461	16	96,6	3,4
Interès fill per Internet	446	31	93,5	6,5
Interès fill per la videoconsola	447	30	93,7	6,3
Interès fill per videojocs per a ordinador	449	28	94,1	5,9
Interès fill pel telèfon mòbil	461	16	96,6	3,4

L'índex de retorn de qüestionaris per part dels progenitors ha estat d'aproximadament el 40% (39,4%), corresponent a 477 de progenitors dels 1211 nois i noies que formen part de la mostra estudiada. La resta (60,6%) no l'ha contestat o no l'ha retornat al centre d'ESO. Aquest percentatge és superior a l'habitual en recollir qüestionaris per correu (Falcke, 2003), cosa que no treu que els resultats continguin els biaixos habituals en aquestes situacions.

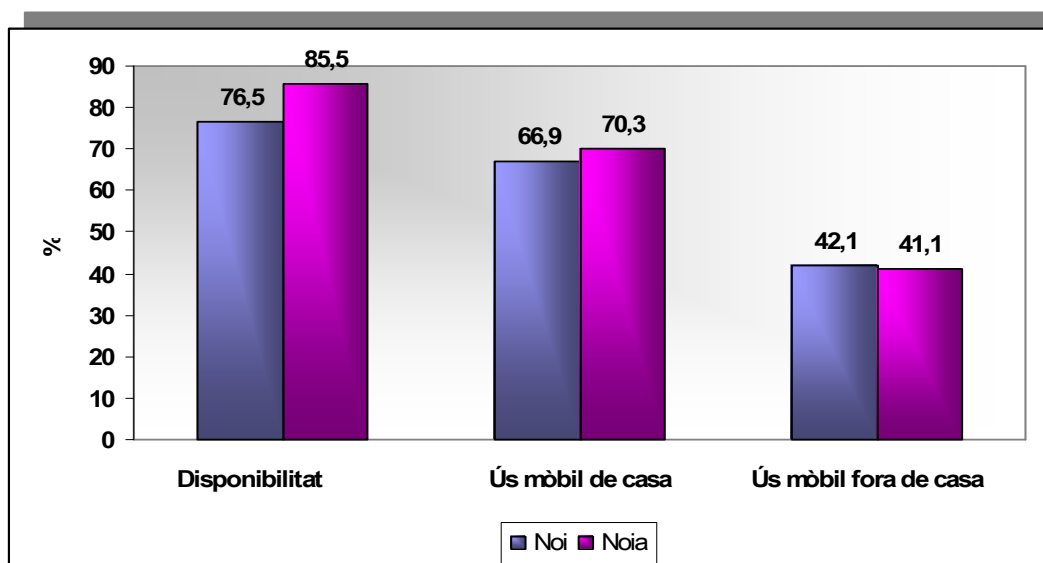
4.1.2. Respostes dels adolescents

4.1.2.1. Disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil

D'una llista de 6 mitjans audiovisuals (televisor, ordinador, Internet, videoconsola, videojocs per ordinador i telèfon mòbil), es demana als adolescents que contestin si en tenen de **propis**, si n'utilitzen algun de **casa** que **no** sigui **propi** i si n'utilitzen algun **fora de casa** que tampoc sigui **propi**. Les respostes són dicotòmiques (Sí o No).

En la Gràfica 5 podem observar la **disponibilitat de telèfon mòbil, l'ús d'algun mòbil de casa –és a dir, que no és seu però que el fan servir- i l'ús d'algun mòbil no propi fora de casa** per part dels adolescents de la mostra segon el seu gènere.

Gràfica 5.- Percentatges de disponibilitat del telèfon mòbil, d'ús d'algun mòbil de casa no propi i d'ús d'algun mòbil fora de casa no propi segons el gènere



En primer lloc, s'observa com un 81,4% dels adolescents **disposen** de telèfon mòbil propi i un 18,6% no. Segons el **gènere**, les noies amb més freqüència que els nois manifesten tenir mòbil propi. Les diferències observades són estadísticament significatives ($\chi^2_1= 15,96$; $p<0,0005$).

Pel que fa a la **utilització d'algun mòbil de casa –és a dir, que no és seu però que el fan servir-** un 68,7% ha manifestat utilitzar-lo. En aquest cas, també són les noies les que en major freqüència que els nois han manifestat utilitzar algun mòbil de casa. No obstant això, les diferències observades per **gènere** no són estadísticament significatives.

Utilitzar algun mòbil no propi fora de casa ho fan un 41,6% dels joves. Segons el gènere, més nois que noies han manifestat utilitzar algun mòbil fora de casa que no és seu. En aquest cas, tampoc s'observen diferències estadísticament significatives per gènere.

Quan demanem als nois i noies que ens informin sobre **la quantitat d'hores que fan servir aquest aparell un dia entre setmana**, ens adonem que la validesa de les dades resulta qüestionable. Els joves interpreten *les hores d'ús* de dues maneres diferents: una, entenent les hores d'ús com a tenir el mòbil engegat i, dos, entenent les hores d'ús com a parlar o fer qualsevol altre activitat comunicacional amb el mòbil. Per tant, caldrà tenir present aquesta dualitat per interpretar els resultats amb cautela.

Es pregunta als joves la quantitat d'hores que aproximadament estimen que han utilitzat el telèfon mòbil *ahir* (si ahir era diumenge, havien de contestar pensant en el darrer divendres) i *l'últim diumenge* (un dia del cap de setmana). Els principals resultats els podem veure a la Taula 15:

Taula 15.- Mitjanes i desviacions típiques de les hores d'ús del mòbil segons el gènere

	<i>Noi</i>		<i>Noia</i>		<i>Total</i>	
	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>
<i>Hores mòbil entre setmana</i>	2,58	5,91	3,51	6,72	3,07	6,37
<i>Hores mòbil l'últim diumenge</i>	2,66	5,91	3,91	7,12	3,33	6,61

En els resultats presentats en aquesta taula, destaca l'elevat valor de les desviacions típiques que en tots els casos supera els valors de la mitjana i que, probablement, reflecteix les dues maneres d'interpretar les respostes, tal i com hem exposat al paràgraf anterior. En calcular freqüències respecte les hores d'ús del mòbil entre setmana observem que el 31,5% de la mostra ha manifestat no fer-lo servir cap hora. Seguidament, un 14,2% ha manifestat fer-lo servir 1 hora un dia normal entre setmana i un 6,2% 24 hores. Respecte les hores d'ús de mòbil el darrer diumenge, observem com el major percentatge de nois i noies que van contestar a aquesta qüestió (32,1%) van manifestar no haver-lo fet servir cap hora. El 15,7% haver-lo fet servir 1 hora i el 7,5% 24 hores. Per tant, podem interpretar que els adolescents van entendre de diferents maneres el plantejament d'aquest ítem quedant-ne afectada la seva validesa.

En general, els joves diuen que fan servir una mitjana de 3,07 hores el mòbil *els dies entre setmana*; mentre que, *l'últim diumenge* el fan servir una mitjana de 3,33 hores. Per tant, sembla que els joves utilitzen o estan més estona pendents del mòbil el cap de setmana que entre setmana.

Si tenim en compte el **gènere**, s'observen diferències estadísticament significatives en l'ús del mòbil tant entre setmana ($t_{981,318}^{*1} = 2,31$; $p=0,021$) com *l'últim diumenge* ($t_{952,817}^{*} = 2,95$; $p=0,003$). En ambdós casos, les noies són les que més hores el fan servir.

4.1.2.2. Variables motivacionals relacionades amb la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil

4.1.2.2.1. Avaluació de la facilitat o dificultat per viure sense telèfon mòbil

Es demana als adolescents que valorin en una escala tipus Likert de 5 punts –de *Molt difícil* (1) a *Molt fàcil* (5)- la dificultat per a ells de viure sense alguns dels mitjans audiovisuals següents: televisió, ordinador, Internet, videojocs i telèfon mòbil.

Primerament, volem explorar si aquest nivell de dificultat per viure sense el mòbil té alguna relació amb la dificultat de viure sense la resta de mitjans explorats. En primer lloc, observem que els adolescents manifesten que els resulta més difícil viure sense la **televisió** ($\bar{X} = 2,19$; $\sigma = 1,11$) que sense el mòbil ($\bar{X} = 2,30$; $\sigma = 1,35$), essent la diferència estadísticament significativa ($t_{1189} = 2,47$; $p = 0,014$). En relació a l'**ordinador**, les puntuacions mitjanes són iguals i, per tant, la diferència no és significativa (\bar{X} ordinador = 2,31; $\sigma = 1,19$ i \bar{X} mòbil = 2,31; $\sigma = 1,36$). Quant a **Internet**, els adolescents manifesten que els resulta significativament ($t_{1181} = 6,23$; $p < 0,0005$) més fàcil viure sense Internet ($\bar{X} = 2,60$; $\sigma = 1,31$) que viure sense telèfon mòbil ($\bar{X} = 2,30$; $\sigma = 1,36$). Finalment, la diferència observada entre la dificultat que tenen per viure sense els **videojocs** ($\bar{X} = 3,18$; $\sigma = 1,43$) i sense el telèfon mòbil ($\bar{X} = 2,31$; $\sigma = 1,36$) també és estadísticament significativa ($t_{1180} = 14,82$; $p < 0,0005$). Els adolescents afirmen que els resulta més fàcil viure sense els videojocs que sense el telèfon mòbil.

La correlació entre la dificultat percebuda per viure sense el mòbil i la percebuda per viure sense la resta dels mitjans audiovisuals explorats és positiva i significativa, cosa que indica que aquells adolescents que perceben que els resulta difícil viure sense el mòbil són també els que perceben major dificultat per viure sense la resta de mitjans. Exceptuant el cas dels videojocs on observem que

¹ Tots els valors assenyalats amb un * a partir d'ara faran referència als graus de llibertat corregits per incompliment del supòsit d'homogeneïtat de variàncies.

la correlació no és significativa, cosa que indica que aquells adolescents que perceben que els resulta difícil viure sense el mòbil no percebre dificultat per viure sense els videojocs (Taula 16).

Taula 16.- Correlacions entre la facilitat o dificultat percebuda per viure sense el telèfon mòbil i la facilitat o dificultat percebuda per viure sense la resta de mitjans audiovisuals explorats

	Televisió	Ordinador	Internet	Videojocs
Facilitat o Dificultat per viure sense el telèfon mòbil	r=0,23 p<0,0005	r=0,27 p<0,0005	r=0,27 p<0,0005	r= -0,50 p=0,088

Respecte la dificultat per viure sense els mitjans audiovisuals explorats (Taula 17) els resultats mostren que els adolescents opinen que els videojocs són el mitjà audiovisual sense el qual els resulta més fàcil viure. A continuació, va augmentant la dificultat per viure sense altres mitjans com Internet, l'ordinador i el mòbil –aquest darrers amb la mateixa puntuació mitjana- i la televisió és el mitjà sense el qual els resulta més difícil viure.

Taula 17.- Mitjanes i desviacions típiques de la facilitat o dificultat per viure sense algun dels mitjans segons el gènere (màxima facilitat = 5)

	Noi		Noia		Total	
	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica
<i>Com de fàcil seria viure sense televisió</i>	2,16	1,12	2,22	1,10	2,19	1,11
<i>Com de fàcil seria viure sense ordinador</i>	2,36	1,27	2,27	1,13	2,31	1,20
<i>Com de fàcil seria viure sense Internet</i>	2,67	1,34	2,53	1,29	2,60	1,31
<i>Com de fàcil seria viure sense videojocs</i>	2,51	1,29	3,75	1,29	3,18	1,43
<i>Com de fàcil seria viure sense mòbil</i>	2,64	1,43	2,04	1,23	2,31	1,36

Les diferències observades segons el **gènere** són estadísticament significatives quant a la dificultat per viure sense els videojocs ($t_{1186}=16,49$; $p<0,0005$) i sense el mòbil ($t_{1080,278}^*=7,69$; $p<0,0005$). Concretament, els nois manifesten més dificultat a l'hora de viure sense els videojocs i, les noies mostren major dificultat per viure sense el telèfon mòbil. No s'observen diferències estadísticament significatives en quant a la dificultat de viure sense televisió, l'ordinador i l'Internet.

En aquesta variables també hem explorat si hi ha diferències estadísticament significatives en relació a la dificultat per viure sense els mitjans audiovisuals explorats, en funció de la variable **tenir telèfon mòbil propi o no tenir-ne**. A la Taula 18 es presenten els principals resultats.

Taula 18.- Mitjanes i desviacions típiques de la facilitat o dificultat per viure sense algun dels mitjans segons si els adolescents tenen mòbil propi o no en tenen (màxim facilitat = 5)

	<i>Mòbil propi</i>				<i>Total</i>	
	<i>sí</i>		<i>no</i>		<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>
	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>		
<i>Com de fàcil seria viure sense televisió</i>	2,21	1,11	2,16	1,09	2,20	1,11
<i>Com de fàcil seria viure sense ordinador</i>	2,28	1,20	2,41	1,15	2,30	1,19
<i>Com de fàcil seria viure sense Internet</i>	2,55	1,31	2,79	1,31	2,59	1,31
<i>Com de fàcil seria viure sense videojocs</i>	3,31	1,39	2,64	1,44	3,19	1,42
<i>Com de fàcil seria viure sense mòbil</i>	2,04	1,20	3,48	1,37	2,30	1,36

Entre els adolescents que manifesten que tenen **telèfon mòbil propi i els que no**, s'observen diferències estadísticament significatives en quant a la percepció que tenen sobre viure sense Internet ($t_{1173}=2,46$; $p<0,014$), videojocs ($t_{1171}=6,44$; $p<0,0005$) i el mòbil ($t_{297,170}^*=14,34$ $p<0,0005$). Essent els que tenen telèfon mòbil propi els que major dificultat expressen per viure sense Internet i sense mòbil, i més facilitat per viure sense videojocs. No s'han observat diferències estadísticament significatives en els següents mitjans: la televisió i l'ordinador.

4.1.2.2.2. Informació en relació al telèfon mòbil

Es pregunta als enquestats si es preocupen d'estar **ben informats/des** sobre allò que poden veure o fer amb els diferents mitjans audiovisuals explorats (televisió, ordinador, Internet, videoconsola, videojocs per ordinador i telèfon mòbil). Han de valorar les respostes en una escala tipus Likert de 5 punts que oscil·la entre *Gens* (1) i *Molt* (5).

En comprovar si la informació que manifesten tenir els nois i noies sobre el telèfon mòbil té algun tipus de relació amb la informació dels altres mitjans explorats, s'observa com les diferències amb ordinador, Internet, videoconsola i jocs d'ordinador són estadísticament significatives ($t_{1178}=3,65$;

$p < 0,0005$; $t_{1161} = 2,77$; $p = 0,006$; $t_{1179} = 22,21$; $p < 0,0005$; $t_{1178} = 21,42$; $p < 0,0005$, respectivament). Mentre que amb la televisió no ho són.

La correlació entre la informació que es manifesta disposar sobre el mòbil i la que es manifesta disposar sobre la resta de mitjans audiovisuals explorats és positiva i significativa, cosa que indica que aquells adolescents amb més informació sobre el mòbil són també els que tenen més informació de qualsevol altre mitjà (Taula 19).

Taula 19.- Correlacions entre la informació que es manifesta disposar sobre el telèfon mòbil i la informació que es manifesta disposar d'altres mitjans audiovisuals

	Televisió	Ordinador	Internet	Videoconsola	Jocs d'ordinador
Informació que manifesten tenir respecte el mòbil	$r = 0,21$ $p < 0,0005$	$r = 0,24$ $p < 0,0005$	$r = 0,30$ $p < 0,0005$	$r = 0,19$ $p < 0,0005$	$r = 0,16$ $p < 0,0005$

Si observem els resultats presentats a la Taula 20, podem apreciar com, globalment, els i les adolescents mostren major nivell d'informació en relació a Internet, seguit pel telèfon mòbil, la televisió, els ordinadors, els jocs d'ordinador i les videoconsoles, en aquest ordre. Com veiem, el telèfon mòbil és el segon mitjà audiovisual dels explorats sobre el qual nois i noies manifesten estar millor informats i informades.

Taula 20.- Mitjanes i desviacions típiques sobre el nivell d'informació que es manifesta disposar respecte els diferents mitjans audiovisuals explorats segons el gènere

	Noi		Noia		Total	
	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica
Informat/da sobre televisió	3,37	1,14	3,30	1,08	3,33	1,10
Informat/da sobre ordinadors	3,30	1,26	3,19	1,13	3,24	1,19
Informat/da sobre Internet	3,57	1,30	3,53	1,23	3,55	1,26
Informat/da sobre videoconsoles	2,86	1,42	1,68	1,03	2,23	1,36
Informat/da sobre videojocs ordinador	2,78	1,41	1,92	1,12	2,32	1,33
Informat/da sobre telèfons mòbils	3,16	1,41	3,62	1,29	3,41	1,37

S'observen diferències estadísticament significatives, entre nois i noies, en relació a les videoconsoles ($t_{983,708}^*=16,16$; $p<0,0005$), els videojocs per a ordinador ($t_{1033,890}^*=11,56$; $p<0,0005$) i el telèfon mòbil ($t_{1186}=5,80$; $p<0,0005$). Així, els nois manifesten estar més ben informats respecte les videoconsoles i els jocs d'ordinador i, les noies manifesten estar més informades sobre el telèfon mòbil. No s'observen diferències significatives entre nois i noies pel que fa al seu nivell d'informació respecte la televisió, els ordinadors ni Internet.

4.1.2.2.3. Interès pel telèfon mòbil

S'explora quin és el **grau d'interès que consideren que tenen en l'actualitat** en relació als diferents mitjans audiovisuals estudiats. En aquest cas, també van valorar les respostes en una escala tipus Likert de 5 punts que oscil·la entre *Gens* (1) i *Molt* (5).

Volem comprovar si l'interès actual dels nois i noies sobre el telèfon mòbil és semblant amb l'interès per altres dels mitjans. En aquest cas, les diferències observades amb la televisió, les videoconsoles i els jocs d'ordinador són estadísticament significatives ($t_{1183}=4,01$; $p<0,0005$; $t_{1170}=20,29$; $p<0,0005$; $t_{1177}=20,33$; $p<0,0005$, respectivament). Mentre que amb l'ordinador i Internet no ho són.

La correlació entre l'interès manifestat sobre el mòbil i l'interès manifestat per la televisió, l'ordinador i Internet és positiva i significativa, el que ens indica que aquells adolescents amb major interès pel mòbil són també els que tenen major interès per la resta de mitjans. No obstant, la correlació entre l'interès manifestat pel mòbil i l'interès manifestat per les videoconsoles i els jocs d'ordinador no és significativa, posant de relleu que no hi ha relació entre l'interès manifestat per aquests mitjans i l'interès manifestat pel mòbil (Taula 21).

Taula 21.- Correlacions entre l'interès manifestat pel telèfon mòbil i l'interès manifestat per la resta de mitjans audiovisuals explorats

	Televisió	Ordinador	Internet	Videoconsola	Jocs d'ordinador
Interès manifestat respecte el telèfon mòbil	$r=0,22$ $p<0,0005$	$r=0,19$ $p<0,0005$	$r=0,26$ $p<0,0005$	$r=-0,04$ $p=0,229$	$r=-0,02$ $p=0,444$

Els nois/es manifesten, globalment, el màxim **interès** per Internet, seguit pel telèfon mòbil, els ordinadors, la televisió, els jocs d'ordinador i la videoconsola (Taula 22). De la mateixa manera que

succeeix amb la informació, el mòbil és el segon dels mitjans audiovisuals pel qual els i les adolescents mostren més interès.

Taula 22.- Mitjanes i desviacions típiques respecte l'interès mostrat pels mitjans audiovisuals segons el gènere

	<i>Noi</i>		<i>Noia</i>		<i>Total</i>	
	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>
<i>Interès actual per televisió</i>	3,49	1,06	3,50	1,02	3,49	1,04
<i>Interès actual per ordinador</i>	3,69	1,15	3,53	1,05	3,60	1,10
<i>Interès actual per Internet</i>	3,64	1,30	3,74	1,21	3,70	1,25
<i>Interès actual per videoconsola</i>	3,31	1,36	1,81	1,08	2,50	1,42
<i>Interès actual per videojocs ordinador</i>	3,14	1,35	2,05	1,16	2,55	1,36
<i>Interès actual pel telèfon mòbil</i>	3,34	1,41	3,95	1,17	3,67	1,32

S'observa que hi ha diferències de **gènere** estadísticament significatives en relació a l'ordinador ($t_{1119,462}^*=2,49$; $p=0,013$), la videoconsola ($t_{1028,705}^*=20,80$; $p<0,0005$), els videojocs per a ordinador ($t_{1073,710}^*=14,79$; $p<0,0005$) i el telèfon mòbil ($t_{1052,627}^*=8,05$; $p<0,0005$). Els nois estan més interessats per l'ordinador, les videoconsoles i els jocs d'ordinador; mentre que les noies mostren més interès en l'actualitat pel telèfon mòbil. No s'observen diferències estadísticament significatives entre nois i noies pel que fa a l'interès actual mostrat per la televisió ni Internet.

4.1.2.3. Variables relacionals referents a la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil

4.1.2.3.1. Activitats relacionals mitjançant l'ús del telèfon mòbil

Explorem els diferents **usos** que els adolescents fan del **telèfon mòbil**. En primer lloc, se'ls demana si els fan servir o no. Si la resposta és positiva, han de puntuar en una escala tipus Likert de 5 punts - entre *Mai* (1) i *Molt Sovint* (5)- sobre quins són cadascun dels diferents usos que fan normalment d'aquest equipament. Les utilitats avaluades són: 1) petar la xerrada amb amics, 2) parlar amb els pares, 3) enviar missatges breus, 4) connectar a Internet, 5) quedar amb els amics, 6) fer fotos i 7) jugar a jocs.

Del total dels joves que han contestat a aquesta pregunta, un 85,3% han manifestat fer servir el mòbil: un 81% dels nois i un 88,9% són noies. Les diferències observades són estadísticament significatives ($\chi^2_1=14,98$; $p>0,0005$): les noies han manifestat fer servir el mòbil per diferents activitats relacionals amb més freqüència que els nois.

Quan es demana als i les adolescents que anomenin quins **usos** dels explorats respecte el telèfon mòbil utilitzen amb més freqüència, en general, manifesten que l'activitat més realitzada és la d'enviar missatges breus ($\bar{X}=3,99$; $\sigma=1,27$), seguit per la de quedar amb els amics ($\bar{X}=3,66$; $\sigma=1,30$), la de jugar a jocs ($\bar{X}=3,05$; $\sigma=1,28$), la de petar la xerrada amb els amics ($\bar{X}=2,69$; $\sigma=1,34$), la de parlar amb els pares ($\bar{X}=2,67$; $\sigma=1,13$), la de connectar-se a Internet ($\bar{X}=1,36$; $\sigma=0,93$). L'activitat menys realitzada de les explorades amb el mòbil és la de fer fotos ($\bar{X}=1,29$; $\sigma=0,89$).

Si comparem les diferents activitats que els adolescents poden realitzar amb el telèfon mòbil, podem observar que hi ha diferències estadísticament significatives quant a:

- ♦ *La freqüència d'ús per a xerrar amb els amics i la freqüència per enviar missatges breus* ($t_{1010}= -25,49$; $p<0,0005$), *per connectar-se a Internet* ($t_{1010}= 28,54$; $p<0,0005$), *per quedar amb els amics* ($t_{1017}= -19,75$; $p<0,0005$), *per fer fotos* ($t_{1017}= 29,78$; $p<0,0005$) i *per jugar amb jocs* ($t_{1017}= -6,50$; $p<0,0005$): els adolescents dediquen més temps a xerrar amb els amics pel mòbil, a connectar-se a Internet, a fer fotos amb el mòbil i a jugar a jocs amb aquest aparell. Mentre que, usen amb més freqüència la funció d'enviar missatges breus i la de trucar per quedar amb els amics, que no pas la de trucar per xerren amb els amics.

- ♦ *Entre la freqüència d'ús del mòbil per parlar amb els pares i la freqüència d'enviar missatges breus* ($t_{1012}= -24,83$; $p<0,0005$), *de connectar-se a Internet* ($t_{1005}= 31,18$; $p<0,0005$), *de quedar amb els amics* ($t_{1012}= -18,61$; $p<0,0005$), *de fer fotos* ($t_{1010}= 33,98$; $p<0,0005$) i *de jugar amb jocs* ($t_{1016}= -7,47$; $p<0,0005$): els nois i noies parlen més sovint amb els pares que no pas es connecten a Internet, fan fotos o juguen a jocs. Contràriament, manifesten que utilitzen més sovint la funció d'enviar missatges i la possibilitat de quedar amb els amics a través del mòbil.

- ♦ *Entre la freqüència d'ús del mòbil per enviar missatges breus i la freqüència de connectar-se a Internet* ($t_{1000}= 50,25$; $p<0,0005$), *de quedar amb els amics* ($t_{1008}= 8,27$; $p<0,0005$), *de fer fotos* ($t_{1005}=$

52,41; $p < 0,0005$) i *de jugar a jocs* ($t_{1012} = 17,93$; $p < 0,0005$): utilitzen el mòbil més sovint per enviar missatges breus que no pas per a qualsevol altre d'aquestes funcions.

♦ *La freqüència d'ús del mòbil per connectar-se a Internet i la freqüència de quedar amb els amics* ($t_{1010} = -44,58$; $p < 0,0005$), *de fer fotos* ($t_{1000} = 50,25$; $p < 0,0005$) i *de jugar amb jocs* ($t_{1007} = 2,57$; $p = 0,010$): els adolescents manifesten usar més freqüentment Internet que no pas fer fotos, mentre que, sembla ser que queden amb els amics i juguen a jocs més sovint.

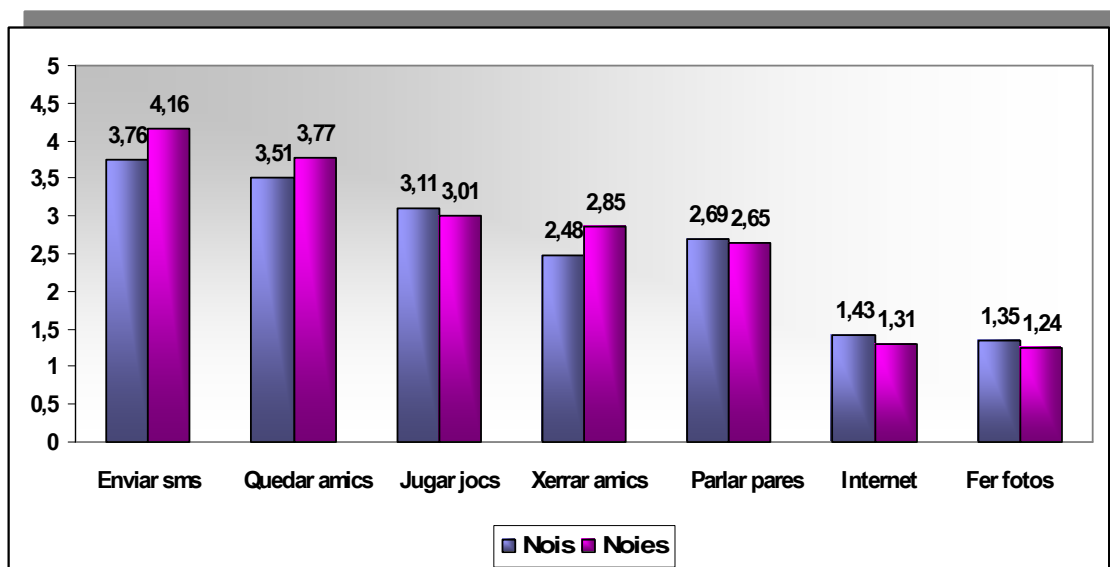
♦ *La freqüència d'ús del mòbil per quedar amb els amics i la freqüència de fer fotos* ($t_{1012} = 47$; $p < 0,0005$) i *de jugar amb jocs* ($t_{1014} = 11,46$; $p < 0,0005$): els nois/es queden amb més freqüentment amb els amics que no pas fan fotos o juguen a jocs.

♦ *La freqüència d'ús del mòbil per fer fotos i la freqüència de jugar amb jocs* ($t_{1015} = -38,19$; $p < 0,0005$): els joves juguen a jocs més sovint que no pas fan fotos.

Les dues úniques activitats en les que les diferències observades no són estadísticament significatives són la freqüència d'utilitzar el mòbil per *petar la xerrada amb els amics* i la d'utilitzar el mòbil per *parlar amb els pares*.

Si tenim en compte el **gènere**, les freqüències quant els diferents usos del mòbil no varien gaire (Gràfica 6). Tant els **nois** com les **noies** l'utilitzen el mòbil per les següents coses i seguint aquest ordre de freqüència: per enviar missatges breus, per quedar amb els amics, per jugar amb jocs, per connectar-se a Internet i per fer fotos. L'única activitat que els diferencia és que els nois utilitzen el mòbil en quart lloc per parlar amb els pares i en cinquè per petar la xerrada amb els amics o amigues i les noies a la inversa (en quart lloc l'utilitzen per petar la xerrada amb els amics i en cinquè per parlar amb els pares).

Gràfica 6.- Puntuacions mitjanes de la freqüència de les activitats relacionals mitjançant l'ús del mòbil segons el gènere



S'observen diferències significatives per **gènere** quan es tracta de la freqüència d'utilització del mòbil per petar la xerrada amb els amics ($t_{1031} = 4,40$; $p < 0,0005$), per enviar missatges breus ($t_{1028} = 5,05$; $p < 0,0005$), per connectar-se a Internet ($t_{891,425} = 2,10$; $p = 0,036$) i per quedar amb els amics ($t_{1026} = 3,26$; $p = 0,001$). Concretament, les noies xerren amb els amics, envien missatges breus i queden amb els amics a través del mòbil més sovint que els nois; mentre que els nois, utilitzen més que les noies la funció de connectar-se a Internet amb el mòbil. No s'observen diferències estadísticament significatives quan ens referim a la freqüència d'ús del mòbil per parlar amb els pares, per fer fotos i per jugar a jocs.

4.1.2.3.2. Relacions i comunicació a l'entorn del telèfon mòbil

Abans de centrar-nos en explorar el telèfon mòbil, hem volgut explorar genèricament amb una escala tipus Likert de 5 punts –on *Mai* és 1 i *Molt Sovint* és 5- la freqüència amb que els joves parlen amb diferents persones (el pare, la mare, els germans/es, algun mestre o professor/a, amics/gues de la seva edat i amb amics més grans) sobre el conjunt de mitjans audiovisuals estudiats (televisió, ordinador, Internet, videoconsola i videojocs per ordinador).

Els adolescents manifesten que les persones amb les que parlen amb més freqüència sobre allò que fan o veuen amb aquests mitjans són els amics de la mateixa edat, seguit dels germans/es, els amics

més grans, la mare i el pare. Els professors són les persones amb les que en parlen amb menor freqüència (Taula 23).

Taula 23.- Mitjanes i desviacions típiques de la freqüència de la comunicació amb diferents persones, sobre activitats realitzades amb els mitjans audiovisuals, segons el gènere

	Noi		Noia		Total	
	Mitjana	Desviació	Mitjana	Desviació	Mitjana	Desviació
		típica		típica		típica
<i>Parla amb pare</i>	2,71	1,15	2,67	1,15	2,69	1,15
<i>Parla amb mare</i>	2,70	1,13	2,96	1,16	2,84	1,15
<i>Parla amb germans</i>	2,85	1,35	2,99	1,35	2,93	1,35
<i>Parla amb professors</i>	1,46	,85	1,57	,86	1,52	,86
<i>Parla amb amics=edat</i>	3,88	1,13	4,04	1,08	3,97	1,11
<i>Parla amb amics+grans</i>	2,78	1,31	3,02	1,38	2,90	1,35

Les diferències de **gènere** observades en la freqüència de comunicació amb diferents persones en relació a allò que fan o miren amb els mitjans audiovisuals són estadísticament significatives quan es tracta de parlar amb la mare ($t_{1192}=3,90$; $p<0,0005$), amb els professors/es ($t_{1177}=2,03$; $p=0,042$) i amb els amics de la mateixa edat ($t_{1187}=2,43$; $p=0,015$). Les noies parlen més freqüentment que els nois amb totes aquestes persones sobre el què fan o miren amb els diferents mitjans audiovisuals. No s'han observat diferències significatives en la freqüència de parlar amb el pare, amb els germans ni amb els amics més grans.

En explorar les diferències de la freqüència de comunicació amb diferents persones entre aquells/es que manifesten **tenir telèfon mòbil propi i els que no**, observem el mateix rang de respostes que en la Taula 24.

Taula 24.- Mitjanes i desviacions típiques de la freqüència de la comunicació segons si els joves tenen mòbil propi o no en tenen

	Mòbil propi				Total	
	si		no		Mitjana	Desviació
	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica		
<i>Parla amb pare</i>	2,69	1,13	2,68	1,27	2,69	1,15
<i>Parla amb mare</i>	2,86	1,13	2,77	1,24	2,84	1,15
<i>Parla amb germans</i>	2,89	1,34	3,11	1,38	2,93	1,35
<i>Parla amb professors</i>	1,51	,82	1,58	1,01	1,52	,86
<i>Parla amb amics=edat</i>	4,04	1,05	3,66	1,28	3,97	1,11
<i>Parla amb amics+grans</i>	3,07	1,35	2,39	1,24	2,91	1,35

Les diferències són estadísticament significatives quan es tracta de parlar amb els germans/es ($t_{1156}=2,18$; $p=0,030$), de parlar amb els amics de la mateixa edat ($t_{289,265}^*=4,04$; $p<0,0005$) i de parlar amb els amics més grans ($t_{491}=4,83$; $p<0,0005$) segons els joves tinguin o no telèfon mòbil propi. Així, els nois/es que tenen telèfon mòbil propi diuen parlar amb menys freqüència amb els germans/es que els que no tenen aquest aparell, mentre que, parlen amb més freqüència amb els amics de la mateixa edat i els més grans que els joves que no tenen mòbil propi.

4.1.2.4. L'autoestima, el suport social percebut i el telèfon mòbil

En la taula 25 podem observar les mitjanes i les desviacions típiques de les puntuacions en **autoestima** dels adolescents en funció del seu gènere i de si disposen o no d'un telèfon mòbil propi.

Taula 25.- Mitjanes i desviacions típiques de l'autoestima segons el gènere i el fet de disposar o no de mòbil propi (10 punts -Baixa autoestima- a 50 punts -Alta autoestima-)

Autoestima dels i les adolescents			Mitjana	DT
Nois	Mòbil propi	Sí	34,78	5,85
		No	35	6,51
		Total	34,83	6,01
Noies	Mòbil propi	Sí	33,07	6,55
		No	33,92	6,45
		Total	33,19	6,53
Total	Mòbil propi	Sí	33,77	6,33
		No	34,55	6,49
		Total	33,91	6,36

Segons els resultats de l'anàlisi de la variància (ANOVA) del disseny factorial 2x2 (gènere x disponibilitat de mòbil) s'observen diferències estadísticament significatives segons el gènere ($F_{1,1007}=,15$; $p=0,008$): els nois tendeixen a mostrar majors puntuacions d'autoestima que les noies.

D'altra banda, no s'observen diferències estadísticament significatives en l'autoestima dels/les adolescents pel fet de disposar o no de mòbil propi.

No s'observa efecte d'interacció entre el sexe i el fet de tenir o no un telèfon mòbil propi sobre l'autoestima.

A les taules 26 i 27 podem veure els principals resultats obtinguts respecte del **suport social percebut per part de les amistats i la família** en funció del sexe i de si disposen o no d'un telèfon mòbil propi.

Taula 26.- Mitjanes i desviacions típiques del suport social percebut per part de les amistats segons el gènere i el fet de disposar o no de mòbil propi (7 punts -Baixa percepció de suport social- a 35 punts -Elevada percepció de suport social-)

				Mitjana	DT
Suport social percebut dels amics	Nois	Mòbil propi	Sí	25,83	4,58
			No	25,10	5,78
			Total	25,66	4,89
	Noies	Mòbil propi	Sí	27,53	5,08
			No	26,45	5,18
			Total	27,38	5,10
	Total	Mòbil propi	Sí	26,82	4,94
			No	25,64	5,57
			Total	26,61	5,08

Taula 27.- Mitjanes i desviacions típiques del suport social percebut per part de la família segons el gènere i el fet de disposar o no de mòbil propi (7 punts -Baixa percepció de suport social- a 35 punts -Elevada percepció de suport social-)

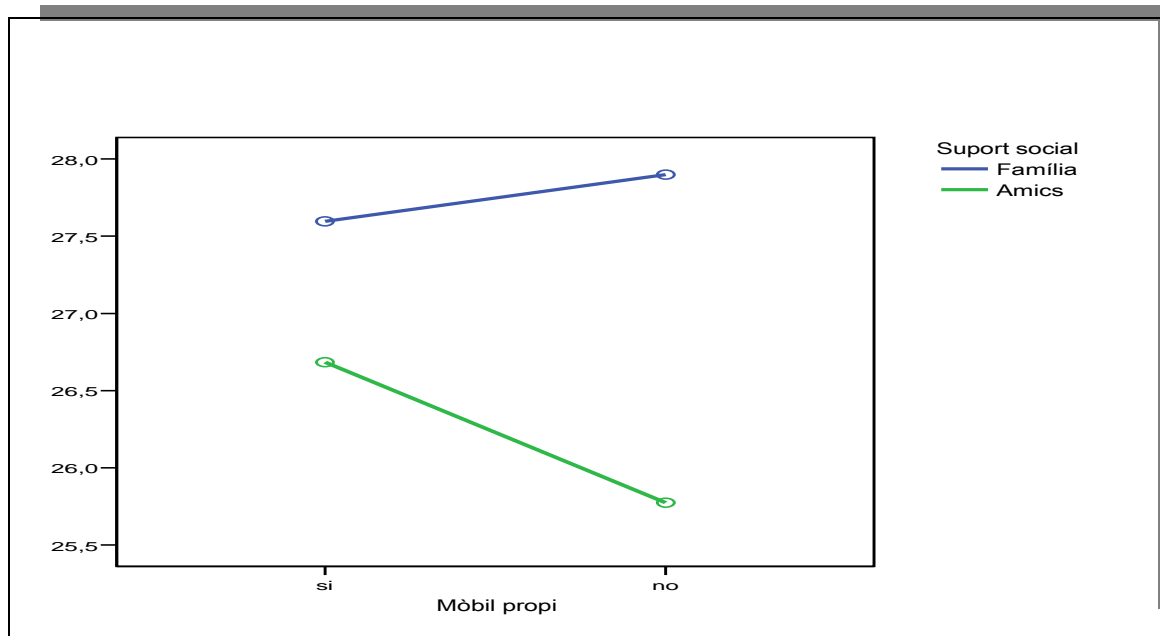
				Mitjana	DT
Suport social percebut de la família	Nois	Mòbil propi	Sí	27,19	4,59
			No	27,68	5,11
			Total	27,31	4,72
	Noies	Mòbil propi	Sí	28	4,74
			No	28,12	4,77
			Total	28,02	4,74
	Total	Mòbil propi	Sí	27,66	4,69
			No	27,85	4,97
			Total	27,70	4,74

S'ha realitzat un ANOVA dels disseny mixt 2x2x2 (suport social percebut x gènere x disponibilitat de mòbil) on el primer factor és intrasubjecte i els altres dos intersubjecte.

Si analitzem, en primer lloc, els factors *intersubjecte* observem com hi ha diferències significatives segons el **gènere** dels adolescents ($F_{1,911}=9,27$; $p=0,002$): són les noies les que perceben més suport social tant per part dels amics com de la família. En relació al factor referent a la **disponibilitat de mòbil propi**, no s'observen diferències significatives, així com tampoc és estadísticament significativa la **interacció** d'aquests dos factors.

Si analitzem els contrastos *intrasubjecte*, podem observar diferències estadísticament significatives, en primer lloc, en el **suport social percebut dels amics o amigues i de la família** ($F_{1,911}=40,42$; $p<0,0005$). Els adolescents perceben major suport social per part de la família que de les amistats. En segon lloc, podem apreciar que és estadísticament significativa la interacció del **suport social percebut de la família i les amistats** i el fet de disposar o no de telèfon mòbil propi ($F_{1,911}=6,44$; $p=0,011$): en ambdós casos són els adolescents que tenen mòbil propi els que perceben rebre major suport social. Els adolescents que tenen mòbil propi perceben rebre major suport social per part de les amistats i, en canvi, els que no en tenen perceben rebre major suport social de la seva família. En la Gràfica 7 podem observar l'efecte d'interacció d'aquestes variables.

Gràfica 7 - Efecte d'interacció de les variables referents al suport social i el fet de tenir o no mòbil.



Finalment, no és estadísticament significativa la interacció de segon ordre entre el suport social (de la família i els amics) i el gènere ni l'efecte d'interacció de tercer ordre en relació al suport social de la família i els amics, el gènere i la disponibilitat o no de telèfon mòbil propi.

4.1.3. Respostes dels progenitors

4.1.3.1. Autoavaluació del nivell d'informació dels progenitors en relació al telèfon mòbil i les atribucions que fan respecte del nivell d'informació dels seus fills

Hem dedicat algunes preguntes del qüestionari a plantejar als progenitors si consideren que estan **ben informats** sobre el què es pot fer o veure amb els següents mitjans audiovisuals: televisor, ordinador, Internet, videoconsola, videojocs per a ordinador i telèfon mòbil. Les respostes les van valorar a partir d'una escala tipus Likert de 5 punts, on 1 indicava *Gens* i 5 *Moltíssim*. També hem explorat quin nivell d'informació creuen que els seus fills posseeixen respecte a cadascun dels mitjans audiovisuals explorats. Aquestes respostes s'han avaluat en una escala de l'1 –*Gens*- al 5 –*Moltíssim*-.

A la Taula 28 es presenten els resultats referents al grau o nivell d'informació manifestat pels progenitors tenint en compte **quin dels dos ha contestat el qüestionari (la mare, el pare o ambdós conjuntament)**. Globalment, els progenitors manifesten tenir més informació respecte la televisió i a continuació en relació al telèfon mòbil, l'ordinador, Internet, els videojocs per a ordinador i les videoconsoles. S'observen diferències significatives quant al nivell d'informació del telèfon mòbil respecte la televisió ($t_{465}=8,82$; $p<0,0005$), Internet ($t_{456}= -5,25$; $p<0,0005$), la videoconsola ($t_{454}= -13,81$; $p<0,0005$) i els videojocs per a ordinadors ($t_{452}= -12,92$; $p<0,0005$): els progenitors manifesten tenir més informació sobre el mòbil que respecte Internet, les videoconsoles i els videojocs per a ordinadors, mentre que, manifesten estar més ben informats de la televisió que del mòbil. No s'observen diferències significatives en quant al nivell d'informació que manifesten tenir en relació al mòbil i a l'ordinador.

Taula 28.- Mitjanes i desviacions típiques referents nivell d'informació manifestat pels progenitors respecte els diferents mitjans segons qui d'ells ha contestat el qüestionari

	Mare		Pare		Mare i Pare conjuntament		Total	
	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT
Informats sobre la televisió	3,35	0,73	3,44	0,84	3,49	0,94	3,41	0,82
Informats sobre l'ordinador	2,75	1,01	2,95	1,12	3	1,09	2,86	1,06
Informats sobre la videoconsola	2,50	1,13	2,74	1,31	2,74	1,23	2,62	1,20
Informats sobre Internet	2,13	1,11	2,34	1,22	2,20	1,22	2,20	1,17
Informats sobre els videojocs ordinador	2,19	1,07	2,38	1,25	2,28	1,21	2,26	1,15
Informats sobre el telèfon mòbil	2,86	1,02	3,05	1,07	2,95	1,07	2,93	1,04

Si comparem les mitjanes referents a l'autoavaluació del nivell d'informació manifestat pels progenitors respecte els diferents mitjans audiovisuals explorats, no s'observen diferències estadísticament significatives si tenim en compte **quin dels progenitors ha contestat el qüestionari**.

Si tenim en compte el **gènere del fill o la filla**, s'observen diferències estadísticament significatives en quant al nivell d'informació en relació a les videoconsols ($t_{456}=2,77$; $p=0,006$). Els progenitors d'un noi manifesten estar més ben informats sobre aquest mitjà. Per a la resta de mitjans no s'observen diferències estadísticament significatives (Taula 29).

Taula 29.- Mitjanes i desviacions típiques referents al nivell d'informació dels progenitors respecte els diferents mitjans segons el gènere del fill

	<i>Progenitor de Noi</i>		<i>Progenitor de Noia</i>		<i>Total</i>	
	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>
<i>Informats sobre la televisió</i>	3,38	,76	3,40	,85	3,39	,82
<i>Informats sobre l'ordinador</i>	2,94	1,04	2,80	1,08	2,85	1,07
<i>Informats sobre Internet</i>	2,64	1,17	2,60	1,24	2,62	1,21
<i>Informats sobre la videoconsola</i>	2,38	1,17	2,07	1,15	2,19	1,17
<i>Informats sobre els videojocs ordinador</i>	2,33	1,16	2,20	1,13	2,25	1,14
<i>Informats sobre el telèfon mòbil</i>	2,87	1,03	2,97	1,02	2,93	1,03

Si ens centrem en les **atribucions que fan els progenitors respecte del nivell d'informació del fill/a** sobre cada mitjà audiovisual, tenint en compte **quin dels progenitors ha contestat el qüestionari**, podem observar com globalment els atribueixen major nivell d'informació, en aquest ordre, respecte l'ordinador, el telèfon mòbil, la televisió, Internet, els videojocs per a ordinador i, en darrer lloc, la videoconsola (Taula 30).

Taula 30.- Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte del nivell d'informació del fill segons qui d'ells ha contestat el qüestionari

	Mare		Pare		Mare i Pare conjuntament		Total	
	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT
Fill/a informat/da sobre la televisió	3,49	0,84	3,61	0,86	3,46	0,91	3,50	0,86
Fill/a informat/da sobre l'ordinador	3,55	0,82	3,63	0,79	3,53	0,90	3,56	0,84
Fill/a informat/da sobre la videoconsola	3,30	0,99	3,47	0,94	3,32	1,10	3,34	1,01
Fill/a informat/da sobre Internet	3,09	1,21	3,33	1,22	2,95	1,27	3,10	1,24
Fill/a informat/da sobre els videojocs ordinador	3,13	1,11	3,30	1,21	2,98	1,22	3,12	1,17
Fill/a informat/da sobre el telèfon mòbil	3,55	1,07	3,67	1,15	3,48	1,23	3,55	1,13

Si comparem les mitjanes referents a les atribucions dels progenitors respecte el nivell d'informació del fill o la filla pels diferents mitjans audiovisuals, no s'observen diferències estadísticament significatives segons **quin dels progenitors ha contestat el qüestionari**.

En darrer lloc, si tenim en compte el **gènere del fill o la filla**, s'observa com hi ha diferències estadísticament significatives quant a l'atribució dels progenitors del nivell d'informació dels joves sobre la videoconsola ($t_{455}=8,47$; $p<0,0005$), els videojocs per a ordinador ($t_{457}=6,23$; $p<0,0005$) i sobre els telèfons mòbils ($t_{461}=3,73$; $p<0,0005$). Així, els progenitors atribueixen major nivell d'informació sobre la videoconsola i els videojocs per a ordinador al seu fill, mentre que atribueixen major nivell d'informació sobre els mòbils a la filla (Taula 31).

Taula 31.- Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte del nivell d'informació del fill segons el gènere del fill

	<i>Progenitor de Noi</i>		<i>Progenitor de Noia</i>		<i>Total</i>	
	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>
<i>Fil/a informat/da sobre televisió</i>	3,44	,84	3,54	,89	3,50	,87
<i>Fil/a informat/da sobre ordinador</i>	3,49	,89	3,56	,85	3,54	,86
<i>Fil/a informat/da sobre Internet</i>	3,28	1,03	3,36	1,01	3,33	1,02
<i>Fil/a informat/da sobre videoconsola</i>	3,67	1,15	2,73	1,16	3,09	1,24
<i>Fil/a informat/da sobre videojocs ordinador</i>	3,53	1,15	2,86	1,11	3,12	1,17
<i>Fil/a informat/da sobre telèfons mòbils</i>	3,30	1,17	3,71	1,09	3,56	1,14

4.1.2.2. Autoavaluació de l'interès dels progenitors en relació al telèfon mòbil i les atribucions que fan respecte l'interès dels seus fills

Anem ara a analitzar quin és el grau d'interès que tenen en l'actualitat els progenitors per a cadascun d'aquests mitjans audiovisuals explorats. També s'han explorat les atribucions que els progenitors fan respecte l'interès actual dels seus fills sobre els diferents mitjans explorats. Ambdues preguntes s'han avaluat mitjançant una escala tipus Likert de 5 punts, on 1 indica *Gens* i 5 *Molt alt*.

Primerament, explorem quin és el seu grau d'interès actual pels diferents mitjans audiovisuals explorats en funció de **quin dels dos progenitors ha contestat el qüestionari (la mare, el pare o ambdós conjuntament)**. Com s'observa a la Taula 32, globalment, els progenitors informen tenir més interès en l'actualitat pels ordinadors, seguit de la televisió, Internet, el telèfon mòbil, els videojocs per a ordinador i la videoconsola. S'observen diferències significatives en quant a l'interès manifestat pel telèfon mòbil i la televisió ($t_{466}=2,67$; $p=0,008$), l'ordinador ($t_{462}=4,50$; $p<0,0005$), la videoconsola ($t_{455}= -25,85$; $p<0,0005$) i els videojocs per a ordinadors ($t_{460}= -23,23$; $p<0,0005$): els progenitors manifesten tenir més interès per la televisió i l'ordinador que pel telèfon mòbil, mentre que, manifesten tenir major interès pel mòbil que per les videoconsoles i els videojocs per a ordinadors. No s'observen diferències significatives en quant a l'interès mostrat respecte el mòbil i Internet.

Taula 32.- Mitjanes i desviacions típiques de l'interès actual dels progenitors pels diferents mitjans segons qui d'ells ha contestat el qüestionari

	Mare		Pare		Mare i Pare conjuntament		Total	
	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT
Interès actual per televisió	2,72	0,81	2,92	0,79	2,85	0,84	2,80	0,82
Interès actual per ordinador	2,85	1,18	3,02	1,13	3,04	1,11	2,94	1,15
Interès actual per videoconsola	1,19	0,47	1,41	0,71	1,48	0,82	1,33	0,66
Interès actual per Internet	2,56	1,22	2,75	1,31	2,89	1,18	2,70	1,23
Interès actual per videojocs ordinador	1,36	0,68	1,49	0,71	1,48	0,76	1,42	0,71
Interès actual pel telèfon mòbil	2,62	0,99	2,67	1,10	2,64	1,10	2,64	1,04

S'observen diferències estadísticament significatives quant a l'interès mostrat per la videoconsola ($F_{2,430}=9,211$; $p<0,0005$) i Internet ($F_{2,428}=2,942$; $p=0,05$). En ambdós casos, les mitjanes són més elevades quan contesten **el pare i la mare conjuntament** que no pas quan ho fan per separat.

Si considerem el **gènere del fill o la filla**, malgrat que les puntuacions mitjanes són més elevades per a tots els mitjans explorats en el cas dels progenitors d'una noia no s'observen diferències estadísticament significatives entre els progenitors d'un noi o d'una noia (Taula 33).

Taula 33.- Mitjanes i desviacions típiques de l'interès actual dels progenitors per diferents mitjans segons el gènere del fill

	Progenitor de Noi		Progenitor de Noia		Total	
	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica	Mitjana	Desviació típica
Interès actual per televisió	2,71	,79	2,88	,84	2,81	,82
Interès actual per ordinador	2,88	1,16	3,00	1,15	2,95	1,15
Interès actual per videoconsola	1,32	,64	1,35	,70	1,34	,68
Interès actual per Internet	2,62	1,22	2,73	1,23	2,69	1,23
Interès actual per videojocs ordinador	1,38	,63	1,48	,80	1,44	,74
Interès actual pel telèfon mòbil	2,55	1,04	2,74	1,06	2,66	1,05

Considerant si el qüestionari l'ha contestat **la mare, el pare o ambdós conjuntament** globalment els progenitors **atribueixen al fill/a** major interès per l'ordinador, seguit d'Internet, el telèfon mòbil, la televisió, els videojocs per a ordinador i les videoconsoles (Taula 34).

Taula 34.- Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte l'interès actual del fill/a respecte els diferents mitjans segons qui d'ells ha contestat el qüestionari

	Mare		Pare		Mare i Pare conjuntament		Total	
	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT	Mitjana	DT
Interès actual fill per televisió	3,25	0,83	3,34	0,84	3,30	0,79	3,28	0,82
Interès actual fill per ordinador	3,68	0,84	3,89	0,82	3,75	0,90	3,75	0,86
Interès actual fills per videoconsola	3,64	1,02	3,80	1,11	3,59	1,16	3,66	1,08
Interès actual fill per Internet	2,53	1,34	2,76	1,38	2,38	1,25	2,53	1,33
Interès actual fill per videojocs ordinador	2,63	1,26	2,71	1,33	2,63	1,20	2,65	1,25
Interès actual fill pel telèfon mòbil	3,71	1,12	3,52	1,24	3,39	1,28	3,57	1,20

Segons **qui ha contestat el qüestionari**, s'observen diferències estadísticament significatives quan ho fa la **mare**. En aquest sentit, les mares atribueixen més interès pel telèfon mòbil ($F_{2,438}=3,1$; $p=0,046$), als seus fills/es del que en realitat aquests manifesten tenir per aquest aparell.

Si tenim en compte el **gènere del fill/a** podem veure que hi ha diferències estadísticament significatives en quant a l'atribució dels progenitors en relació a l'interès actual dels joves per la videoconsola ($t_{449}=13,34$; $p<0,0005$), els videojocs per a ordinador ($t_{451}=8,50$; $p<0,0005$) i sobre els telèfons mòbils ($t_{463}=5,19$; $p<0,0005$). Així, els progenitors atribueixen major interès per la videoconsola i els videojocs per a ordinador al seu **fill**, mentre que atribueixen major interès pels mòbils a la **filla** (Taula 35).

Taula 35.- Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte l'interès actual del fill per diferents mitjans segons el gènere del fill

	<i>Progenitor de Noi</i>		<i>Progenitor de Noia</i>		<i>Total</i>	
	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>	<i>Mitjana</i>	<i>Desviació típica</i>
<i>Interès actual fill/a per televisió</i>	3,18	,78	3,33	,83	3,27	,81
<i>Interès actual fill/a per ordinador</i>	3,67	,88	3,78	,85	3,74	,86
<i>Interès actual fill/a per Internet</i>	3,53	1,11	3,72	1,06	3,64	1,08
<i>Interès actual fill/a per videoconsola</i>	3,40	1,14	1,96	1,10	2,52	1,32
<i>Interès actual fill/a per videojocs ordinador</i>	3,23	1,16	2,27	1,17	2,64	1,25
<i>Interès actual fill/a per telèfons mòbils</i>	3,22	1,16	3,79	1,17	3,57	1,20

4.2. Resultats de l'estudi mitjançant grups de discussió

A continuació presentem les principals categories i subcategories de resposta identificades a partir de l'anàlisi de les opinions i experiències manifestades en els grups de discussió d'adolescents i en els de progenitors.

A partir de l'anàlisi de contingut hem pogut identificar sis temàtiques que han emergit en els grups a partir dels temes plantejades als participants. Les opinions i punts de vista dels adolescents i dels pares i mares queden recollides per temàtiques i es presenten o bé de forma conjunta, en el cas que el tema concret hagi sorgit en ambdós col·lectius, o bé de forma separada en el cas que el tema només hagi sorgit en un.

Les categories de resposta s'aniran exposant per a cada temàtica de la següent forma: primerament, presentem en forma d'esquema els principals eixos, temes, categories i subcategories identificades en cadascuna de les temàtiques debatudes en els grups de discussió. Per tal de diferenciar les categories o subcategories de respostes dels joves i dels progenitors, s'ha assignat a cadascuna un color diferent (blau per als adolescents, vermell per als progenitors i negre quan les respostes siguin compartides). En segon lloc, definirem el contingut de cada categoria i subcategoria a partir de la lectura i anàlisi dels punts de vista i experiències dels participants. Finalment, il·lustrarem el significat de cadascuna de les categories i subcategories amb dos o tres exemples literals de comentaris dels participants.

4.2.1. Temàtica 1

Les raons de la insatisfacció majoritària mostrada pels adolescents en mantenir converses sobre el què fan o miren amb els mitjans audiovisuals, amb els progenitors

Per explorar aquesta primera temàtica en els grups de discussió, vàrem explicar als participants que segons les respostes que havíem obtingut als qüestionaris de nois i noies administrats als seus centres el curs passat, quan fan coses o veuen coses amb mitjans audiovisuals que els interessin molt, els agrada parlar-ne amb d'altres persones.

El **postulat** que vàrem plantejar als participants dels grups de discussió és següent:

*Les respostes ens indiquen que, en general, sembla ser que **parlar amb adults d'aquestes temàtiques us proporciona molta menys satisfacció que parlar-ne amb companys/es de la mateixa edat**. Penseu que és així? Per què? Realment intenteu parlar d'aquestes activitats amb el pare o la mare?*

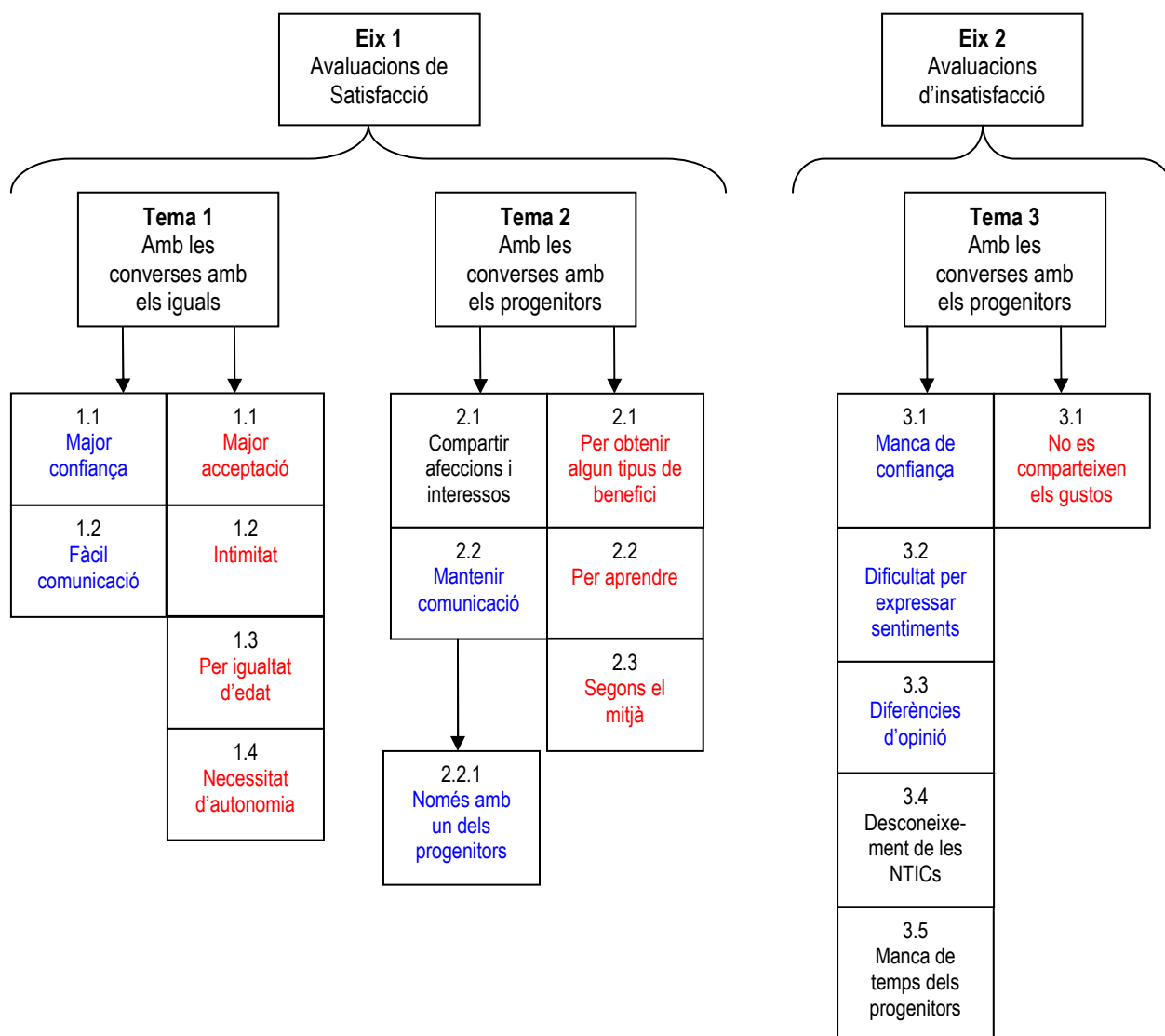
El **postulat** que vàrem plantejar als participants dels grups de discussió de progenitors deia el següent:

*Les respostes ens indiquen que, en general, sembla ser que **parlar amb adults d'aquestes temàtiques els proporciona molta menys satisfacció que parlar-ne amb companys/es de la mateixa edat**. Sembla que sovint no els produïa massa satisfacció parlar-ho amb els mestres, però tampoc amb la mare o el pare. Vostès pensen que és així? Per què?*

*Intenten parlar d'aquestes activitats amb els seus fills/es?
Busquen moments i/o espais per parlar-ne?
Per què creuen que als seus fills/es no els agrada parlar amb vostès d'aquestes activitats?*

Les respostes que hem obtingut en aquest bloc temàtic, les podem classificar en els següents quatre eixos:

Esquema 1.- Raons de la in/satisfacció en mantenir converses sobre activitats amb mitjans audiovisuals (1ª part)

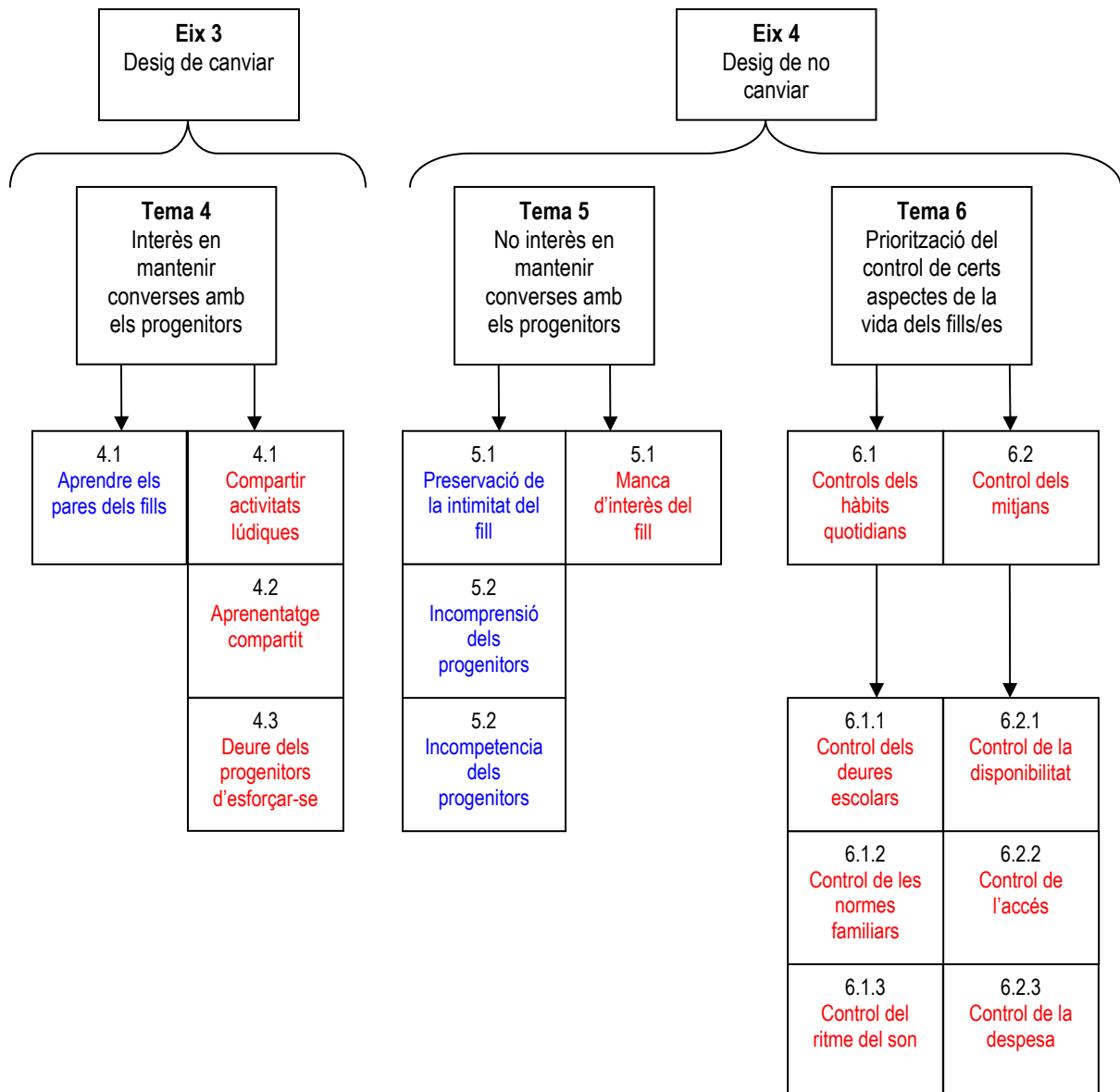


... / ...

—	Categories només identificades en els grups de discussió dels adolescents.
—	Categories només identificades en els grups de discussió dels progenitors.
—	Categories compartides en els grups de discussió dels adolescents i dels progenitors.

Esquema 1(cont.).- Raons de la in/satisfacció en mantenir converses sobre activitats amb mitjans audiovisuals

.../...



—	Categories només identificades en els grups de discussió dels adolescents.
—	Categories només identificades en els grups de discussió dels progenitors.
—	Categories compartides en els grups de discussió dels adolescents i dels progenitors.

La primera temàtica que ha emergit a partir de les experiències i els discursos dels participants dels grups de discussió, l'hem dividit en **quatre eixos temàtics** que són els següents (Esquema 1): a l'**eix 1** hem agrupat aquelles categories de respostes que tenen a veure amb les opinions dels participants que perceben que, tant les converses amb els iguals com amb els progenitors sobre el que fan o miren amb els mitjans audiovisuals que hem explorat a la fase I (televisió, ordinador, Internet, videoconsola i telèfon mòbil), són percebudes com a satisfactòries; per contra, a l'**eix 2**, identifiquem aquells discursos dels participants adolescents que no perceben com a satisfactòries les converses sobre mitjans audiovisuals amb els seus progenitors; els altres dos eixos temàtics (Esquema 1, cont.), s'han classificat les opinions mantingudes en les discussions dels participants que tenen a veure amb el desig (**eix 3**) o no (**eix 4**) de canvi en mantenir converses, tant amb els progenitors en el cas dels adolescents com amb el fill/a per part dels progenitors, sobre mitjans audiovisuals.

A continuació, presentem les categories identificades o bé en les opinions de progenitors i adolescents de forma conjunta o bé de forma separada.

Eix 1: Avaluacions de satisfacció

Tema 1: Amb les converses amb els iguals

Els adolescents i els progenitors confirmen argumentadament la major satisfacció que produeix als joves (o fills) parlar amb el grup d'iguals sobre el que miren o fan amb els mitjans de comunicació audiovisual, en comparació amb la que els produeix fer-ho amb la majoria d'adults, ja sigui amb el pare o la mare.

Segons les respostes dels **adolescents**, hem dividit el tema en dues categories, explicades de la forma següent:

Categoria 1.1. Major confiança: les explicacions identificades dins aquesta categoria es refereixen a que els adolescents tenen més confiança amb els amics que amb els adults, en general. Poden parlar de les coses de manera més oberta i expressar millor tot allò més íntim.

Exemples:

- ♦ “Els tens més confiança [als amics]”, noi de 15 anys;

- ♦ “Pots parlar més obertament [amb els amics] que no amb els pares”, noia de 12 anys;
- ♦ “... sí, és diferent ... perquè parles amb més confiança [als amics]”, noi de 13 anys.

Categoria 1.2. Fàcil comunicació: els joves comenten que és molt més fàcil parlar amb els iguals ja que solen compartir gustos, afeccions i s'entenen millor.

Exemples:

- ♦ “És més fàcil parlar amb una persona que té la teva edat que no amb un adult”, noia de 13 anys.
- ♦ “Suposo que és perquè t'entenen millor [els amics]”, noia de 15 anys;
- ♦ “Jo també amb els amics perquè mires les mateixes coses o... tens els mateixos jocs, en canvi, amb els pares, els has d'explicar tot i, de vegades, no saben el què dic”, noia de 13 anys.

En el cas dels **progenitors**, la temàtica queda desglossada en quatre categories, que són les següents:

Categoria 1.1. Major acceptació: els pares i les mares argumenten que els joves tenen la necessitat de ser acceptats pel grup d'iguals. Té a veure amb l'acceptació del grup de pertinença.

Exemples:

- ♦ “Tinc la sensació que si no ho fan, no els acceptaran els amics”, mare;
- ♦ “Si tothom ho té, ell també ho vol... ha estat treure-li el mòbil, no tenir moto i els amics no l'han trucat en tot l'estiu”, mare.

Categoria 1.2. Intimitat: els progenitors manifesten que els adolescents necessiten tenir intimitat/privacitat.

Exemples:

- ♦ “Aspira a aquesta intimitat. El fet de tenir coses que entre ells poden parlar, que són seves ...”, pare;
- ♦ “Home ... el Messenger, depèn de què, no volen que ens “assabentem” de què fan, les converses ...”, mare;
- ♦ “... t'ho esquiven perquè consideren que allò és un tema íntim”, mare.

Categoria 1.3. Per igualtat d'edat: aquesta categoria té a veure amb les opinions dels progenitors que consideren que els joves comparteixen els mateixos gustos perquè tenen la mateixa edat.

Exemples:

- ♦ “Amb els amics suposo que també parlen de coses que fan més o menys tots els nois d’aquesta edat”, mare;
- ♦ “Perquè quan parlen amb tu ja et veuen gran i, en canvi, quan estan amb algú que parlen de tu a tu, doncs poden dir les coses d’una altra manera”, pare.

Categoria 1.4. Necessitat d’autonomia: els progenitors argumenten que el seu fill/a necessita sentir que es fa gran i que té les seves pròpies normes, així com els succeïa a ells quan tenien l’edat del seu propi fill/a.

Exemples:

- ♦ “Li dona la sensació aquesta de ser més gran i tenir les seves normes”, pare;
- ♦ “És clar, nosaltres ho veiem ara amb l’edat que tenim. A la seva edat també volíem arreglar el món”, mare.

Tema 2: Amb les converses amb els progenitors

En aquest segon tema agrupem les opinions i experiències que els participants han relatat en els grups de discussió que tenen a veure amb la percepció de satisfacció en mantenir converses sobre mitjans audiovisuals amb els progenitors.

Segons els **adolescents** i els **progenitors**, les raons per les que parlen sobre aquests temes els uns amb els altres, les podem incloure en dues categories.

Categoria 2.1. Compartir afeccions i interessos: recull les opinions que tenen a veure amb el fet que pares i fills comparteixen afeccions i interessos relacionats amb l’ús dels mitjans audiovisuals.

Exemples:

- ♦ “Sí... jo sempre jugo a la consola i quan arriba el meu pare juguem els dos... a carreres... a tot”, noi de 16 anys;
- ♦ “... si estàs buscant una informació [a Internet] que és interessant i saps que als pares els interessa... doncs sí, hi parles i els ho expliques. Jo de vegades els explico algunes coses de política o així que he buscat... doncs en parlo amb els pares per saber la seva opinió”, noi de 15 anys;
- ♦ “Segons què, si saben que et pot interessar, també vénen a dir-t’ho. Això de baixar música... et diuen: ”mira què he trobat, ho vols?”, mare;

- ♦ “Home, els meus sí ... De vegades juguen amb algun videojoc i m'ho ensenyen i volen que jugui amb ells a algun joc”, mare.

La segona categoria que hem identificat, té a veure amb opinions expressades només en els grups de discussió dels **adolescents**. Dins d'aquesta categoria hem englobat una subcategoria que té a veure amb el fet de percebre satisfacció en mantenir converses amb només un dels progenitors.

Categoria 2.2. Mantenir comunicació: fa referència a les opinions expressades per algun adolescent que manifesta que les converses són una activitat habitual entre progenitors i fill/es.

Exemple:

- ♦ “Jo bueno... tot el que faig l'hi explico als meus pares i ells m'aconsellen si està bé o malament“..., noia de 14 anys.

Subcategoria 2.2.1. Només amb un dels progenitors: en algun cas, els adolescents, comenten que aquestes converses són satisfactòries amb un dels dos progenitors.

Exemples:

- ♦ “En el meu cas molt bé, el que passa és que sempre tiro cap a la meva mare, el meu pare el deixo de costat”, noia de 15 anys;
- ♦ “Jo no, d'aquests temes més amb el meu pare perquè és el que ha estudiat més, el que coneix millor aquest món”, noi de 15 anys.

Les categories identificades només en els grups de discussió de **progenitors** en relació a la satisfacció en mantenir converses entre progenitors i fills són tres:

Categoria 2.1. Per obtenir algun tipus de benefici: recull les opinions expressades per aquells progenitors que manifesten que quan es mantenen converses d'aquest tipus amb els fills és pel propi benefici d'aquests.

Exemples:

- ♦ “Comenten el que els interessa, el que a ells els beneficia...”, pare;
- ♦ “Per a l'ordinador, pel que sigui... i si comenten alguna cosa, és per benefici seu, perquè jo vegi que realment li fa falta un ordinador”, mare.

Categoria 2.2. Per aprendre: es refereix a les argumentacions de pares i mares que creuen que el seu fill parla d'aquests temes amb ell/a per aprendre alguna cosa que no sap fer amb un determinat aparell.

Exemples:

- ♦ “Parla més amb mi que amb el meu marit... i llavors amb l'ordinador si no sap una cosa doncs li diu a veure com ho ha de fer”, mare;
- ♦ “Si està a Internet i no sap fer alguna cosa, llavors sí que ve a mi a demanar-me ajuda”, pare.

Categoria 2.3. Segons el mitjà: en aquesta categoria hem agrupat les opinions dels progenitors que pensen que poden mantenir converses satisfactòries amb els seus fills en funció del mitjà audiovisual sobre el que parlin.

Exemples:

- ♦ “El tipus de diàleg que tenen en la xarxa i tot això, res. Amb el tema de la televisió és diferent... mirem algun tipus de pel·lícules que ens agraden o música... perquè el tema d'Internet és pràcticament un món tancat, no?”, pare;
- ♦ “Hi ha coses dels mitjans que sí que les pots comentar, sinó seriem tots gairebé analfabets”, mare.

Eix 2: Avaluacions d'insatisfacció

Tema 3: Amb les converses amb els progenitors

En aquest tercer tema, hem inclòs aquells punts de vista dels participants que tenen a veure amb la percepció d'insatisfacció en mantenir converses amb els progenitors, identificades pels propis adolescents i també pels seus progenitors.

Quant els **adolescents**, a partir dels discursos que han emergit en els grups de discussió, els hem agrupat en tres categories, totes elles referents als principals motius pels quals no es parla, en general, sobre aspectes de la seva vida quotidiana i també sobre temes relacionats amb les NTICs amb els seus pares i mares.

Categoria 3.1. Manca de confiança: es refereix a que els nois i les noies senten que no tenen suficient confiança amb els seus progenitors com per mantenir segons quines converses.

Exemples:

- ♦ “Tens més confiança amb la gent que t’envolta que no amb ells”, noia de 13 anys;
- ♦ “... però de vegades són ells els que et pregunten i som nosaltres els quals no volem dir res”, noia de 12 anys.

Categoria 3.2. Dificultat d’expressar sentiments: alguns adolescents manifesten que el que no els permet mantenir converses satisfactòries amb els seus progenitors és la dificultat d’expressió de coses sentimentals o íntimes.

Exemples:

- ♦ “Als pares... com si els tinguessis por o alguna cosa així per a dir-los coses més sentimentals teves... més del teu interior o alguna cosa així”, noi de 15 anys;
- ♦ “És que si és una mica íntim o una cosa així, l’hi pots dir a un amic... no l’hi diràs a un professor o als teus pares [jejeje]”, noia de 15 anys.

Categoria 3.3. Diferències d’opinió: en aquesta categoria s’han inclòs les argumentacions dels adolescents que ressalten l’existència de diferents punts de vista entre fills i pares sobre la utilització dels mitjans audiovisuals.

Exemples:

- ♦ “Els ho veuen més per a treballar que no per a connectar-te amb els amics”, noia de 14 anys;
- ♦ “... per exemple, la meva mare odia la videoconsola i el xat perquè diu que així no s’aprèn bona educació”, noia de 13 anys.

Les següents dues categories han estat identificades, tant en els grups de discussió dels **adolescents** com en els dels seus **progenitors**, referint-se ambdues a la percepció d’insatisfacció en mantenir converses amb els progenitors des del punt de vista dels fills i dels propis pares i mares.

Categoria 3.4. Desconeixement de les NTICs: inclou l’argumentació dels adolescents que manifesten que no mantenen converses sobre mitjans amb els pares i mares degut a que aquests/es no tenen coneixement sobre l’ús i la funcionalitat d’algunes tecnologies, així com el reconeixement dels propis progenitors que els seus escassos coneixements sobre alguns mitjans dificulta la comunicació sobre aquests temes amb els seus fills.

Exemples:

- ♦ “En la seva època no tenien res d'això... estan antiquats”, noi de 12 anys;
- ♦ “... perquè ells no segueixen el que nosaltres seguim”, noia de 12 anys;
- ♦ “Jo crec que és un problema de generació, no? Que són els mitjans que ells tenen assumits, vulguis o no, i els pares doncs... no hem entrat. I tots aquests temes treuen comunicació”, mare;
- ♦ “A veure... jo no em puc comunicar amb els meus fills amb un mitjà de comunicació d'aquests si no hi entenc. Doncs si nosaltres no tenim coneixements o no ens interessa, no podem tenir comunicació o una conversa”, pare.

Categoria 3.5. Manca de temps dels progenitors: aquesta categoria la podem definir com el reconeixement, per part dels adolescents i dels progenitors, de la manca de disponibilitat temporal dels pares i mares per dedicar-se a conversar o a conèixer les activitats que els seus fills fan amb els mitjans audiovisuals.

Exemples:

- ♦ “... perquè tenen molt més treball que nosaltres i han de treballar, han d'aixecar-se abans que nosaltres... i tenen moltes més coses que fer que nosaltres, que les nostres coses, que no interessin molt”, noia de 12 anys;
- ♦ “... t'ho vol explicar i tu li dius: no, ara no puc perquè he de fer això o el que sigui”, pare;
- ♦ “A casa tens una hora i mitja per menjar, i no pots estar una hora parlant perquè li dic: “he de fer el menjar!,... de vegades s'ha de fer” mare.

Finalment, hem identificat una categoria de comentaris relacionats amb la percepció d'insatisfacció en mantenir converses amb els progenitors que apareixen només en els grups de discussió de **pares i mares**.

Categoria 3.1. No es comparteixen els gustos: inclou les argumentacions dels progenitors que manifesten que no mantenen converses amb els seus fills degut a que no els agrada o no comparteixen els mateixos gustos en relació als mitjans.

Exemples:

- ♦ “... el més gran de vegades: “vine, vine, què t'ho explico!” Però ja ha vist que no m'agrada...”, mare;
- ♦ “És més aviat amb els amics perquè han de coincidir en els gustos i que, bé, pel que sigui són més propers”, mare.

Eix 3: Desig de canviar

Tema 4: Interès en mantenir converses amb els progenitors

En el tema quatre hem agrupat totes aquelles opinions i creences dels participants adolescents i adults que tenen a veure amb el desig que la situació de mantenir converses amb els progenitors i amb els propis fills canviï i els permeti mantenir-ne de més satisfactòries a l'entorn dels mitjans audiovisuals.

En relació als **adolescents**, a partir dels comentaris que han sorgit en els grups de discussió, hem identificat una sola categoria.

Categoria 4.1. **Aprendre els pares dels fills:** es refereix a comentaris sobre la possibilitat d'ensenyar (per part dels fills) i al propi interès mostrat pels progenitors per aprendre dels seus fills l'ús del mitjans.

Exemples:

- ◆ “El meu pare em diu: ensenya'm com va això, ensenya'm com va allò...”, noi de 14 anys;
- ◆ “Sí, també els agrada a ells això d'aprendre coses noves”, noia de 16 anys.

La resta de categories identificades en aquest tema han emergit de les discussions dels **progenitors**. En intentar parlar sobre aquestes activitats amb els seus fills una gran majoria confirmen l'**esforç i interès** en fer-ho. Els progenitors manifesten utilitzar diferents maneres i tenir diferents motius per parlar-ne, com els que s'exposen continuació:

Categoria 4.1. **Compartir activitats lúdiques:** inclou les opinions dels progenitors que manifesten que intenten mantenir converses o, si més no, mostrar interès pel que els seus fills fan a través d'activitats lúdiques o de joc relacionades amb l'ús de les NTICs.

Exemples:

- ◆ “Si es posa a jugar amb el mòbil o amb el videojoc de la “Play” o amb l'ordinador... si passo per allà també li comento que m'agrada”, mare;
- ◆ “... són carreres de cotxes i bàsquet, esports, i vulguis o no t'enganxes més. Potser no com ho fan anar ells, però ells et volen dir alguna cosa, doncs jo vaig i ho miro”, pare.

Categoria 4.2. Aprenentatge compartit: té a veure amb els arguments que han manifestat els progenitors en relació a que l'aprenentatge compartit entre pares i fills és un comportament fonamental per mantenir converses i relacions satisfactòries entre generacions.

Exemples:

Per ensenyar als fills:

- ♦ “Quan fan el telediari sí que, en general, sempre pregunten coses, no? I, és clar, el que pregunta... l'hi pots explicar”, pare.

Per aprendre dels fills:

- ♦ “Moltes vegades nosaltres som els que hem de demanar-los ajuda a ells per segons què... jo li he dit: “explica'm això fill perquè jo no ho sé fer”. I m'agradaria saber més coses”, mare.

Categoria 4.3. Deure dels progenitors d'esforçar-se: es recullen les opinions dels pares i mares que consideren que són ells/es els que han de fer l'esforç per mantenir converses amb els fills ja que, en darrera instància, el deure dels progenitors és educar-los.

Exemples:

- ♦ “... per l'edat que tenen, jo diria que hauria de ser més un esforç nostre que no d'ells”, pare;
- ♦ “Jo considero que parlo amb els meus fills, perquè els he d'educar i m'agrada parlar”, mare.

Eix 4: Desig de no canviar

Tema 5: No interès en mantenir converses amb els progenitors

En aquest tema hem inclòs els arguments dels **adolescents** que manifesten que **no tenen cap interès especial en intentar parlar més** d'aquests temes amb els seus progenitors. A més, hem recollit les argumentacions dels pares en relació a aquest aspecte.

Les explicacions dels **adolescents** les hem agrupat en tres categories:

Categoria 5.1. Preservació de la intimitat del fill: aquesta categoria inclou els comentaris dels nois i noies que consideren que no és necessari explicar-ho tot als pares.

Exemples:

- ♦ “Sí... perquè amb els pares parles del què vols, no? Almenys en el meu cas, no és necessari dir-ho tot”, noi de 13 anys;
- ♦ “És que si és algo molt íntim o una cosa que li pots dir a un amic... no li diràs a un professor o als teus pares”, noia de 14 anys.

Categoria 5.2. Incomprensió dels progenitors: fan referència a les opinions expressades pels adolescents que consideren que els seus progenitors “no saben de què va” el tema de les NTICs i per això no desitgen que la situació canviï.

Exemples:

- ♦ “No, perquè s'empipen. No entenen perquè tenim segons quines coses, ni perquè les utilitzem i m'empipa”..., noi de 16 anys;
- ♦ “El mòbil, el mòbil... et diuen: perquè necessites mòbil? Si abans que no en tenies vivies molt bé? Però no entenen que també es pot jugar, enviar missatges... mira... pensen així ells”, noia de 15 anys.

Categoria 5.3. Incompetència dels progenitors: recull els arguments dels adolescents que consideren que els seus pares no són competents en quant a l'ús d'algunes tecnologies.

Exemples:

- ♦ “És que sóc jo que em poso nerviosa. Perquè no els entra... ja l'hi pots explicar... i diuen: però és que vas molt ràpid!”, noia de 16 anys.
- ♦ “El meu pare li vaig ensenyar a que engegues l'ordinador i no sé què va fer però l'ordinador...”, noi de 13 anys.

Respecte les opinions aportades pels **progenitors**, hem identificat una categoria en la que manifesten que la manca d'interès en mantenir converses depèn de l'interès del fill.

Categoria 5.1. Manca d'interès del fill: fa referència al fet que els pares i les mares argumenten que els seus fills parlen del què els interessa i quan els interessa.

Exemples:

- ♦ “Els també t'expliquen fins a un punt... a partir d'aquest punt ja no t'expliquen”, mare.
- ♦ “Jo veig que a casa parlen només quan tenen ganes d'explicar, quan no els hi fas preguntes. A la que els faig preguntes...”, mare.

Tema 6: Priorització del control de certs aspectes de la vida dels fills/es

Dins la segona temàtica que hem explorat en els grups de discussió, hem pogut identificar que hi ha argumentacions de **progenitors** que opinen que hi ha **conflictes en la comunicació amb els seus fills** degut a de l'ús de determinats mitjans audiovisuals. Els progenitors donen relativa importància al fet de parlar amb els fills sobre aquestes temàtiques però, majoritàriament, per exercir **control sobre certs aspectes de la vida dels seus fills** que consideren repercutits o alterats per l'ús dels mitjans.

Les argumentacions i experiències que relaten les hem agrupat en dues categories amb tres subcategories cadascuna d'elles.

Categoria 6.1. Control d'hàbits quotidians: en aquesta categoria s'engloben les opinions dels progenitors que prioritzen el control d'altres hàbits dels seus fills relacionats amb aspectes de la seva vida diària que manifesten que es veuen alterats per l'ús dels mitjans. Aquests són: els hàbits educatius, el ritme del son i les normes familiars.

Subcategoria 6.1.1. Control dels deures escolars: agrupa els comentaris dels progenitors que consideren que cal controlar l'ús que fan dels mitjans ja que afecta al desenvolupament de les seves activitats escolars o la pèrdua (substitució) d'algunes activitats relacionades amb l'educació tradicional.

Exemples:

- ♦ “Vigiles que facin els deures, que estudiïn... està clar que has d'estar al damunt. «Duus una hora i mitjana aquí, connectada! I hi ha altres coses que has de fer!»”, pare;
- ♦ "... i llavors li preguntes: «ja tenies fets els deures?» I potser és això, que de vegades els pares anem per aquí, no? Quan ens parlen d'aquestes coses, no?”, mare;
- ♦ “... li preguntes: «i ja tens els deures fets?»». Quan ens parlen d'aquest tipus de coses, no? Proves que t'expliquin una mica tot el què han fet amb aquest tipus d'entreteniments, perquè sempre prioritzem allò altre”, mare.

Categoria 6.1.2. Control de les normes familiars: fa referència als arguments de control per part dels progenitors en mantenir unes normes familiars.

Exemples:

- ♦ “Si ho mirem pel temps, mira: si tenim una televisió per a cadascú i cadascú mira el seu programa, doncs aviat és hora d'anar a dormir”, pare;
- ♦ “... «feu el favor d'apagar aquesta porqueria d'aparell, i punt!». «Estem sopant i som una cosa que es diu família»”, mare;
- ♦ “Hi ha unes normes posades i tothom les compleix, de moment. Perquè de vegades és hora d'anar a dormir i volen mirar el programa de no sé què, doncs no. O quan fa tres hores que estan xatejant i dius: «tu, hem d'anar a sopar!». «Un moment, un moment...». I tu: «vaaaa!»”, mare.

Subcategoria 6.1.3. Control del ritme del son: inclou les opinions dels progenitors que manifesten preocupació per l'alteració del ritme del son que genera l'ús excessiu dels mitjans.

Exemples:

- ♦ “Una mica de conflicte sí que hi ha, i tant que n'hi ha! Es volen quedar fins a les dotze a l'ordinador”., mare;
- ♦ “... doncs que se'n vagin a dormir a una hora normal, no? Ja que s'han d'aixecar a les set per anar al cole... doncs, han de descansar!”., pare.

Categoria 6.2. Control dels mitjans: recull els comentaris d'altres progenitors que consideren necessari controlar l'ús que els seus fills fan dels mitjans i l'adquisició dels mateixos.

Subcategoria 6.2.1. Control de la disponibilitat: engloba les opinions dels progenitors que consideren que els seus fills no necessiten tenir segons quins mitjans.

Exemples:

- ♦ “No els fa cap falta. Jo els dic que no!”., mare;
- ♦ “A casa meva no tenen mòbil, a casa no hi ha un mòbil... té un mòbil en cas de sortir, a casa no pot tocar el mòbil. Quan estem a casa, l'única cosa que pot tocar és el telèfon fix de tota la vida”, pare.

Subcategoria 6.2.2. Control de l'accés: fa referència a la necessitat manifestada dels progenitors de controlar l'accés que tenen els seus fills a determinats mitjans audiovisuals.

Exemples:

- ♦ “Nosaltres teníem dos opcions de ficar l'ordinador en dos habitacions diferents i vam fer la instal·lació... i l'habitació del meu fill ha quedat completament descartada. Jo no sé com serà quan sigui gran... però de moment... ni ordinador ni tele a l'habitació!”., mare.

- ♦ “Jo tinc dues filles, són petites... i a mi em demanen per anar a connectar-se al Messenger”..., pare;

Subcategoria 6.2.3. Control de la despesa: una altra de les preocupacions que es posa de manifest entre els participants adults dels grups de discussió s'inclou en aquesta subcategoria i fa referència a la necessitat de tenir un control econòmic sobre les despeses que els fills generen utilitzant els mitjans.

Exemples:

- ♦ “... i no li vam regalar fins l'any passat que en tenia 13 ja ... doncs hi va haver una temporada que vam pagar molt”, pare;
- ♦ “... si en lloc de deu ens gastés cinquanta euros cada mes... doncs no podria ser”..., pare.

4.2.2. Temàtica 2

Les possibles explicacions del ràpid canvi d'interès de les noies observat en menys de 4 anys cap a alguns mitjans audiovisuals com Internet, l'ordinador i, sobretot, el telèfon mòbil

A partir d'algunes dades obtingudes en anteriors investigacions sobre els mitjans audiovisuals i els adolescents (Suess *et al.*, 1998; Casas *et al.*, 2000; Amorós *et al.*, 2002), observem com en un període de tres anys (entre el 2001 i el 2003) hi ha hagut un important canvi d'actitud de les noies, cap a l'ús dels mitjans audiovisuals, principalment l'ordinador, Internet i el mòbil. Per això vàrem plantejar als participants quines creuen que són les raons per què s'hagi produït aquest canvi.

El **postulat** presentat en els grups de discussió dels adolescents ha estat el següent:

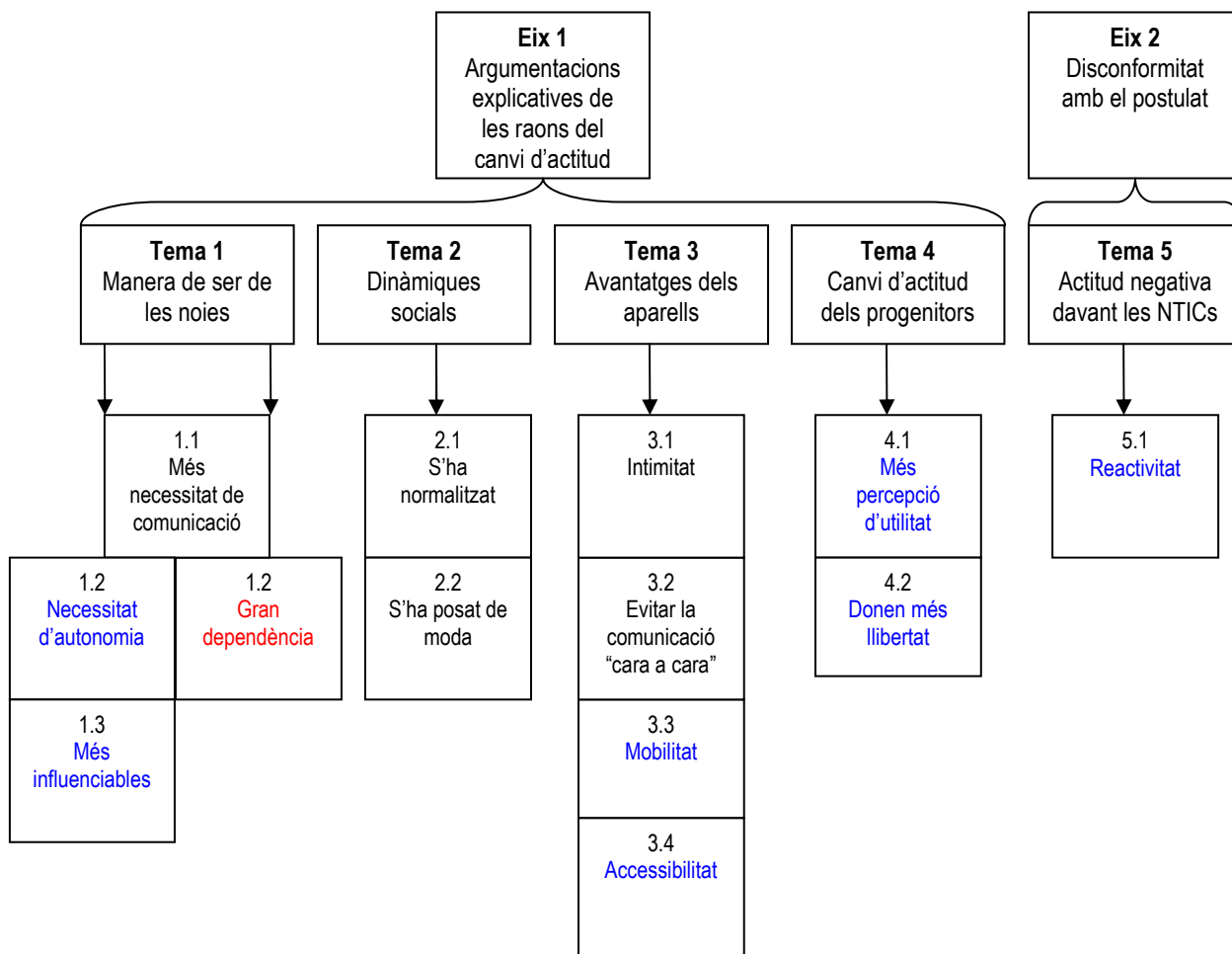
*A l'estudi d'aquest any passat **les noies es mostren molt més entusiasmades que els nois amb el mòbil i, sovint, també amb l'ordinador i Internet.** Per què penseu que hi ha hagut aquest canvi en tan poc de temps?*

El **postulat** presentat en els grups de discussió dels pares i les mares és el següent:

*A la recollida de dades d'aquest any passat **les noies es mostraven molt més entusiasmades que els nois amb el mòbil i, sovint, també amb l'ordinador i Internet.** A què creuen que pot ser degut aquest canvi en tan poc de temps?*

Les respostes que ens han donat, les poden agrupar en els dos tipus d'arguments següents:

Esquema 2.- Explicacions del ràpid canvi d'interès de les noies observat en menys de 4 anys cap a alguns mitjans audiovisuals com Internet, l'ordinador i, sobretot, el telèfon mòbil



	Categories només identificades en els grups de discussió dels adolescents.
	Categories només identificades en els grups de discussió dels progenitors.
	Categories compartides en els grups de discussió dels adolescents i dels progenitors.

En aquesta segona temàtica explorada en els grups de discussió dels adolescents i d'alguns dels seus progenitors, a través de les opinions expressades pel uns i pels altres, hem identificat **dos eixos temàtics** (Esquema 2). El **primer**, inclou totes les opinions que tenen a veure amb el postulat plantejat en els diferents grups. És a dir, identifiquem arguments que expliquen quina o quines han estat les raons del canvi d'actitud de les noies al voltant de tecnologies com l'ordinador, Internet i el mòbil. El **segon** eix, inclou, pel contrari, opinions i experiències expressades per alguns adolescents que no semblen ser una resposta directa al postulat plantejat als grups de discussió. Els hem considerat com un eix diferenciat ja que apareix clarament en dos dels grups de discussió dels adolescents de la mostra de participants. També cal destacar que han estat exclusivament "nois" els que han manifestat aquests punts de vista.

Tal i com s'ha fet en l'anterior temàtica, presentem els principals temes, categories i subcategories identificats dins de cada eix. Cal tenir present que en alguns casos les argumentacions dels adolescents i dels seus progenitors són compartides i en d'altres són ben diferenciades. Per tant, presentarem els resultats o bé de forma conjunta (adolescents-progenitors) o bé de forma separada (primer les categories dels adolescents i després les dels seus progenitors).

Eix 1: Argumentacions explicatives de les raons del canvi d'actitud

Tema 1: La manera de ser de les noies

Tracta d'aquells comentaris que tant els adolescents com els seus progenitors refereixen a les característiques i la manera de ser de les noies com a justificativa pel canvi d'actitud d'aquestes cap a determinades tecnologies, com ara l'ordinador, Internet i, sobretot, el telèfon mòbil.

Un cop analitzades les respostes dels **adolescents**, s'ha vist que es podrien desglossar en tres categories, que definim de la següent manera:

Categoria 1.1. Més necessitat de comunicació: aquestes argumentacions expressades tant pels adolescents com pels progenitors atribueixen a les noies més necessitat de comunicar-se en qualsevol moment (sobretot amb els amics) que els nois.

Exemples:

- ♦ “Parlem més potser...sí, trobem un tema en qualsevol moment i de qualsevol cosa”, noia de 16 anys;
- ♦ “És que els nois preferim més jocs que Internet i el mòbil, i les noies coses que els serveixin per a parlar.”, noi de 13 anys;
- ♦ “... que a les noies els hi agrada molt més això de xerrar entre elles perquè tant amb el mòbil com amb el Messenger... amb quatre o cinc alhora; en canvi, la videoconsola no la tocaran tant com sembla”, mare.

Categoria 1.2. Necessitat d'autonomia: fa referència a la necessitat de major autonomia i a la maduració més primerenca de les noies.

Exemples:

- ♦ “Perquè volen ser més grans...d'hora...jo penso...i és clar, tot això vol dir ser més gran? Doncs ho fan...tenir un mòbil, sortir per les nits, dur minifaldilla perquè «els nois es fixin en mi, em mirin» [referint-se a les noies]... no sé.”, noi de 15 anys;
- ♦ “Sí... que es desenvolupen després... no de físic, eh? Dic de cap, eh? I com les noies estan més pel mòbil, pel noviet que deuen tenir fora... i els nois no són tan així.”, noia de 14 anys.

Categoria 1.3. Més influenciables: en aquesta categoria s'inclouen les argumentacions dels adolescents que consideren a les noies com a persones més susceptibles a les influències externes socials (publicitat, altres persones, moda...).

Exemples:

- ♦ “Perquè les noies ens ho empassem tot!”, noia de 14 anys;
- ♦ “Les noies sembla que siguin més influenciables a la publicitat, no? ...no ho sé... són més influenciables a la societat, no ho sé.”, noi de 14 anys.

L'anàlisi dels grups de discussió dels **progenitors**, ens porten a desglossar aquest tema en la categoria següent:

Categoria 1.2. Gran dependència: té a veure amb els comentaris dels progenitors que consideren que per a les seves filles el telèfon mòbil resulta indispensable per viure. Els pares perceben que no podrien viure sense ell, fins i tot en el cas de perdre'l o no poder-lo recuperar els suposaria una catàstrofe.

Exemples:

- ♦ “A casa meva el mòbil va a tota hora. La nena amb el mòbil va a dormir i tot..., com que amb el Messenger coneix a gent i es relaciona amb gent de tot Catalunya”..., mare;
- ♦ “La meva, amb el que és Internet, el mòbil... és un no parar. En canvi, el nen té missatges i ni els obre i, és diferent, es mor per jugar a jocs d'ordinador.”, mare;
- ♦ “Insisteixo que donen importància al mòbil, almenys, la meva filla. En canvi, el nen no en té... i altres amics seus que per Nadal els hi ho han regalat i ell diu: «jo, per a què vull un mòbil?»”, mare.

Tema 2: Dinàmiques socials

Aquest tema comprèn les respostes que els adolescents i els progenitors emeten per referir-se als fenòmens socials que estan implicats en la implantació i l'expansió de les noves tecnologies (cicle de vida de les NTICs), que tenen a veure amb el procés de normalització i la moda.

Segons les respostes dels **adolescents** i dels **progenitors**, aquesta temàtica es desglossa en dues categories, de la forma següent:

Categoria 2.1. S'ha normalitzat: la categoria identifica arguments que manifesten que hi ha hagut canvis i avenços tecnològics i com la percepció que tenir aquests aparells és una cosa que ha esdevingut normal entre la població.

Exemples:

- ♦ “Perquè hi ha hagut un canvi, sí!”, noi de 16 anys;
- ♦ “Doncs que ara forma part de la vida de cada dia.. i abans no tant.. abans era més una cosa que era com a hobby.. i les coses eren més tècniques i no ens agradava.. als nois sí.. però a nosaltres no...”, noia de 14 anys.
- ♦ “Abans que només hi havia jocs d'ordinador, que estan més pensats pels nois que per les noies, les noies jugaven a altres coses. En aparèixer, fan el mateix... juguen però amb aquestes coses, amb el mòbil o amb l'ordinador”, mare.

Categoria 2.2. S'ha posat de moda: agrupa els discursos que donen explicacions a com el mòbil, l'ordinador i Internet són tecnologies que s'han posat de moda entre els joves d'entre 12 i 16 anys i com s'ha creat la necessitat d'estar a la moda com la resta de la gent per no quedar-se fora del grup d'iguals.

Exemples:

- ♦ “S’ha posat de moda l’Internet perquè jo fa dos anys no sabia que existia Internet.”, noi de 15 anys;
- ♦ “Perquè ara això és més popular... es fa servir... i tothom... bé tothom... la majoria de la gent té un ordinador i és una cosa normal.”, noia de 15 anys.
- ♦ “Perquè potser hi ha amics que ho tenen i, és clar, ell també vol un ...”, mare.

Tema 3: Avantatges dels aparells

Aquest tema fa referència a les respostes dels adolescents i dels pares i mares en relació a les avantatges que ofereixen algunes tecnologies als seus fills, sobretot, pel que fa a facilitar-los privacitat (intimitat).

Analitzats els arguments dels nois i les noies i dels seus progenitors, hem desglossat el tema en dues categories, a saber:

Categoria 3.1. Intimitat: els comentaris que s’engloben en aquesta categoria posen de manifest la intimitat i/o la privacitat que tecnologies com el mòbil o Internet els permeten tenir.

Exemples:

- ♦ “Perquè el *Messenger* saps que el que escriuràs allà no ho escoltarà ningú.”, noia de 14 anys;
- ♦ “Podem parlar de coses més personals per un mòbil que no a casa, perquè a casa ...” noia de 12 anys;
- ♦ “... però és que s’ho diuen tot pel mòbil, és que no t’ho pots imaginar... i si els hi preguntes... Jo crec que tots tenen telèfon a casa i mai s’ho diuen ... només el mòbil... com si fos un secret.”, mare.

Categoria 3.2. Evitar la comunicació “cara a cara”: fa referència als arguments que identifiquen al mòbil com un aparell facilitador de la comunicació sense necessitat que el receptor estigui present (“cara a cara”).

Exemples:

- ♦ “... de vegades s'utilitzen per coses que s'haurien de dir cara a cara i no... perquè quan has de veure a la persona cara a cara.”, noia de 15 anys;
- ♦ “... i amb el mòbil pots dir coses que en persona no pots dir... i si ho poses al mòbil no et sents... et sents més protegit.”, noia de 15 anys.

- ♦ "... fins i tot les coses que s'haurien de dir a la cara... Sí, i perdre l'esperit de la trobada, no?", mare.

Les següents categories, han emergit només en les discussions dels **adolescents**:

Categoria 3.3. Mobilitat: les opinions englobades en aquesta categoria fan referència a l'avantatge de la utilització del mòbil en qualsevol lloc ja que és un aparell "mòbil".

Exemple:

- ♦ "... que ho pots dur a qualsevol lloc.", noia de 12 anys.

Categoria 3.4. Accessibilitat: aquesta categoria inclou els arguments que expliquen la facilitat amb que avui en dia es pot tenir accés a les tecnologies.

Exemples:

- ♦ "És més fàcil accedir [a les tecnologies]", noia de 15 anys;
- ♦ "... i els preus han variat... ara un ordinador és molt més barat que fa tres anys i així... i llavors... molta més gent s'ho compra.", noia de 13 anys.

Tema 4: Canvi d'actitud dels progenitors

Aquest tema agrupa els arguments que fan referència al canvi que els nois i les noies perceben que hi ha hagut en les actituds dels progenitors vers el telèfon mòbil.

Aquesta temàtica **només** ha emergit en els grups de discussió dels **adolescents**. Un cop analitzades les explicacions aportades, hem dividit el tema en dos categories, que són les següents:

Categoria 4.1. Més percepció d'utilitat: engloba les explicacions que fan referència al canvi d'actitud dels progenitors en la direcció de valorar una major utilitat del telèfon mòbil. És a dir, els adolescents manifesten que fa uns anys enrere els seus pares i mares no veien que aquests aparells fossin útils pels seus fills.

Exemples:

- ♦ "Fa tres anys enrere no tenia mòbil, ni Internet ni ordinador perquè els meus pares em deien: «Per què necessites mòbil? Si és una xorrada»", noia de 14 anys;

- ♦ “Jo sempre li he demanat un mòbil i el meu pare no vol i que quan ho necessiti ja m'ho comprarà.”, noia de 13 anys.

Categoria 4.2. Donen més llibertat: la categoria es refereix al canvi d'actitud educativa dels progenitors vers els fills. Els adolescents perceben que actualment els progenitors permeten que les seves filles gaudeixen de més llibertat.

Exemple:

- ♦ “Ara les noies són més adultes... són noies... però més... més... mmm... més. Abans les noies feien el que els pares els deien i els pares els permeten més coses”, noi de 13 anys.

Eix 2: Disconformitat amb el postulat

Tema 5: Actitud negativa davant les NTICs

Dins el tema 2 referent a *les dinàmiques socials* hi ha hagut uns quants participants que no han estat d'acord amb el fet que la gent hagi de tenir o disposar tecnologies pel sol fet d'estar de moda o perquè el seu ús s'ha estès fins a esdevenir normal. Podríem suggerir que es denota un cert “determinisme tecnològic” o “resistència al canvi”. Aquesta actitud negativa davant l'ús i la generalització de les NTICs ha estat només identificada en les argumentacions aportades per nois de diferents grups. Un cop analitzades les argumentacions les hem agrupades en una sola categoria, que és la següent:

Categoria 5.1. Reactivitat: el contingut d'aquesta categoria engloba les opinions dels nois que no són favorables als canvis socials i als avenços tecnològics i que, per tant, no estan d'acord en que s'observi una normalització o que aquesta normalització i la dependència que genera sigui bona per les persones (categoria no identificada en les respostes dels progenitors).

Exemples:

- ♦ “És un trastorn social... tenir mòbil... tenir l'ordinador connectat a Internet tot el dia, és una forma d'estar disposat tot el dia.”, noi de 15 anys;
- ♦ “Jo crec que és culpa de com s'ha enfocat, dels mitjans i la societat, s'ha fet veure que el mòbil és una cosa indispensable... i ara... qui és que no té mòbil?”, noi de 16 anys.
- ♦ “Perquè el que passa ara és que surt una cosa nova i tothom l'ha de comprar... com uns ximples... i tothom ha de tenir mòbil.”, noi de 13 anys.

4.2.3. Temàtica 3

Les raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat manifestada per part dels adolescents per viure sense aquesta tecnologia

En el transcurs de la discussió els grups de participants adolescents, vàrem plantejar als nois i les noies altres temes de debat relacionats principalment amb dos aspectes: els motius per tenir o no un telèfon mòbil i la possibilitat de viure sense aquest aparell.

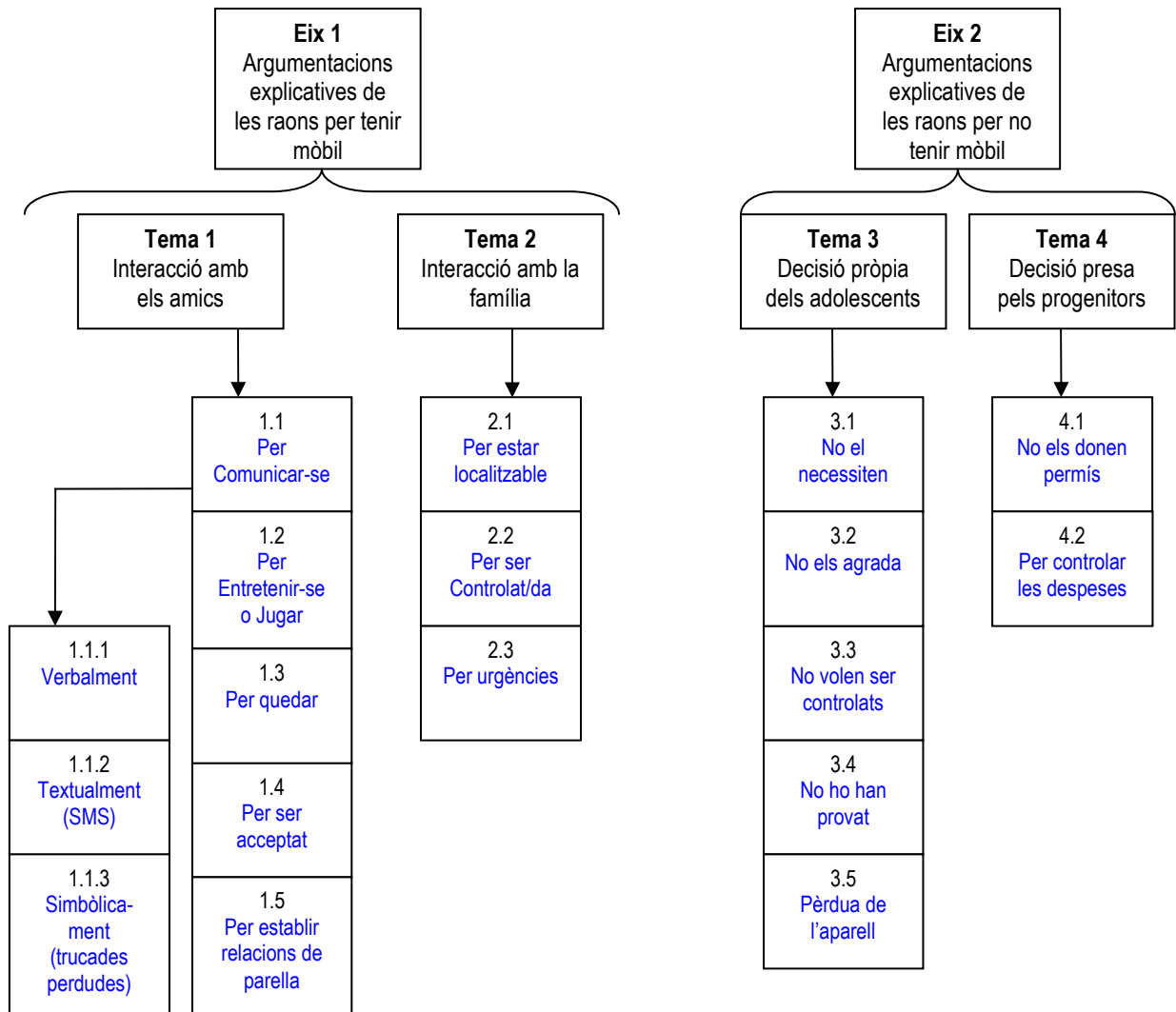
Els **postulats** presentats en aquesta tercera temàtica dels grups de discussió dels adolescents són els següents:

*Per què creieu que hi ha **joves** de la vostra edat que **no tenen mòbil**?*

*Per què penseu que molts nois i noies **no podrien viure sense mòbil**?*

Els arguments que ens han aportat, els podem agrupar en els tres eixos següents:

Esquema 3.- Raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat manifestada per viure sense aquesta tecnologia (1^a part)

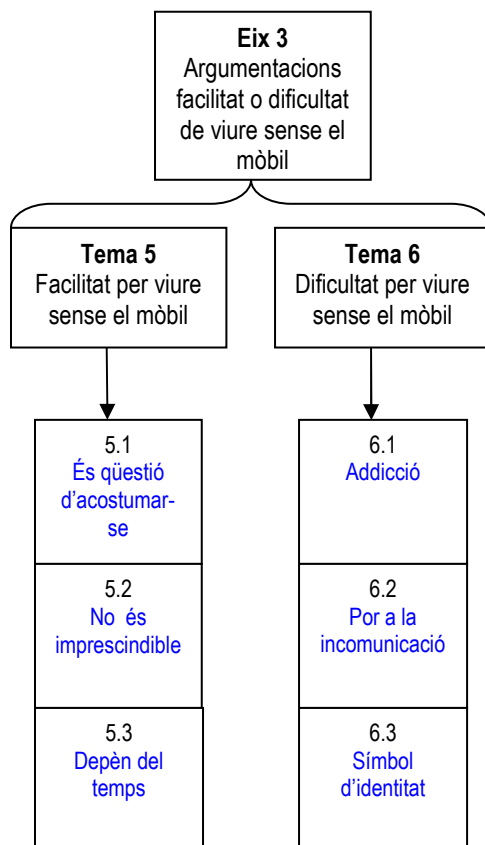


.../...

■ Categories només identificades en els grups de discussió dels adolescents.

Esquema 3 (cont.) - Raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat manifestada per viure sense aquesta tecnologia

.../...



— Categories només identificades en els grups de discussió dels adolescents.

En la tercera temàtica explorada en els grups de discussió dels adolescents, a través de les seves opinions, hem identificat **tres eixos temàtics**. El **primer**, inclou les argumentacions dels nois i les noies que tenen a veure amb el primer postulat plantejat en els diferents grups. Identifiquem arguments que expliquen quines són les raons per les quals els joves opinen que és necessari tenir un telèfon mòbil propi. D'altra banda, en el **segon** eix, hem agrupat aquelles opinions i experiències expressades pels i les adolescents al voltant de les raons per les quals creuen que hi ha nois i noies de la seva edat que no disposen de mòbil propi (Esquema 3). Finalment, en el **tercer** eix hem recollit els punts de vista que tenen a veure amb el segon postulat presentat en els grups de discussió. Això és, les opinions que ens expliquen perquè creuen que molts nois i noies (inclosos ells i elles mateixos) no podrien viure (o podrien viure) sense telèfon mòbil propi (Esquema 3 cont.). A continuació, passem a presentar els principals temes, categories i subcategories identificats dins dels eixos.

Eix 1: Argumentacions explicatives de les raons per tenir telèfon mòbil

Tema 1: Interacció amb els amics

En aquest primer tema s'han inclòs aquelles categories i subcategories de resposta que posen de manifest que una de les raons per les quals els i les adolescents disposen de telèfon mòbil propi és per mantenir el contacte amb els amics i les amigues.

Un cop analitzats els arguments dels nois i les noies, hem pogut identificar cinc categories i tres subcategories de la primera categoria que són les següents:

Categoria 1.1. Per comunicar-se: es refereix a la necessitat de comunicar-se de diferents formes (com veurem en les subcategories identificades) i mantenir el contacte amb els amics.

Exemples:

- ♦ “Per poder-te comunicar... sobretot amb els amics.”, noia de 15 anys;
- ♦ “Comunicar-nos amb els amics.”, noi de 14 anys.

Subcategoria 1.1.1. Verbalment: en aquesta subcategoria s'agrupen les opinions dels nois i les noies que manifesten que es comuniquen parlant (a través de la paraula) mitjançant el mòbil.

Exemples:

- ◆ “Per a parlar amb els amics.”, noi de 14 anys;
- ◆ “Per parlar amb les meves amigues.”, noia de 12 anys.

Subcategoria 1.1.2. Textualment (SMS): té a veure amb els comentaris dels joves que han manifestat que la comunicació amb els amics és a través dels missatges de text.

Exemples:

- ◆ “Els missatges.”, tots els membres d'un grup de nois i noies d'entre 14 i 15 anys;
- ◆ “... quan estàs a casa i li envies un missatge.”, noi de 14 anys.

Subcategoria 1.1.3. Simbòlicament (trucades perdudes): en aquesta categoria hem agrupat les opinions i experiències d'aquells adolescents que han manifestat que mantenen el contacte amb els amics amb el que anomenen “trucades perdudes” (trucades realitzades a una altra persona sense esperar resposta o simplement esperant la mateixa resposta).

Exemples:

- ◆ “Per a fer perdudes.”, tots els membres d'un grup de nois i noies entre 13 i 14 anys;
- ◆ “Perquè jo si m'avorreixo faig perdudes a les amigues.”, noia de 13 anys.

Categoria 1.2. Per entretenir-se o jugar: inclou els arguments dels adolescents que consideren que el telèfon mòbil és també un aparell per poder-se entretenir, jugar i/o passar l'estona.

Exemples:

- ◆ “Com un hobby, per a poder passar-m'ho bé... no ho sé... o allò de veure on estàs? A val...pim, pam... saps?”, noi de 15 anys;
- ◆ “... amb el mòbil pots jugar i pots fer de tot.”, noia de 14 anys.

Categoria 1.3. Per quedar: una altra de les funcionalitats que els joves atorguen al mòbil és la possibilitat d'emprar aquesta eina per quedar amb els amics.

Exemples:

- ◆ “Per trobar-nos.”, noi de 14 anys;
- ◆ “... i per quedar amb els amics.”, noia de 15 anys.

Categoria 1.4. Per ser acceptat: aquesta categoria identifica els comentaris dels nois i les noies que consideren que tenir mòbil propi és un element molt important per ser acceptat i estar en els mateixes condicions que la resta de membres del grup d'iguals.

Exemples:

- ♦ "Et diuen: «a veure, dóna'm el número de mòbil per a poder trucar-te». I si, per exemple, tu diguessis: «no tinc mòbil», i si dius que no tens mòbil, tothom ala! no té mòbil... no sé que." noia de 15 anys;
- ♦ "És que sóc com una bestiola rara perquè tothom té un mòbil ja i a mi no m'agrada molt això... la gent se separa per si té mòbil o no... com si haguessis nascut amb el mòbil, sí, sí... i al final me l'hauré de comprar per ser acceptat.", noi de 15 anys.

Categoria 1.5. Per establir relacions de parella: engloba les opinions dels joves que consideren que el mòbil pot ésser un element facilitador per iniciar i mantenir relacions de parella.

Exemples:

- ♦ "... i així pots tenir xicot.", noia de 12 anys;
- ♦ "Per tenir novio.", noia de 14 anys.

Tema 2: Interacció amb la família

Els adolescents dels grups de discussió consideren que, a més de ser un aparell útil per a mantenir la interacció amb els amics, també ho és per mantenir-la amb els membres de la família.

Segons les seves argumentacions, hem pogut identificar tres categories que ens expliquen els motius per a mantenir la interacció amb la família.

Categoria 2.1. Per estar localitzable: aquesta categoria inclou les experiències dels nois i noies que consideren que el mòbil els és útil per poder estar localitzable, principalment pels pares.

Exemples:

- ♦ "Perquè et vagin a buscar.", noi de 14 anys;
- ♦ "Perquè estiguis localitzable... pels pares.", noi de 14 anys.

Categoria 2.2. Per ser controlat: inclou els comentaris dels joves que consideren que el mòbil pot ésser un element de control dels pares cap als fills, considerant-ho com un element més negatiu que positiu.

Exemples:

- ♦ “Home ... perquè em volien tenir controlat i van dir: «bé, et comprem un mòbil».”, noi de 16 anys;
- ♦ “A mi el que no m'agrada és que quan surto m'envien un missatge o em truquen dient: «on estàs?». I jo: «no tinc cobertura... pip pip»... jejeje.”, noia de 14 anys.

Categoria 2.3. Per urgències: aquesta categoria fa referència als arguments que identifiquen el mòbil com a un estri que pot ser útil per establir el contacte amb la família en cas d'alguna urgència.

Exemples:

- ♦ “Per si et passa alguna cosa o així...”, noi de 15 anys;
- ♦ “Per si et quedes tirat.”, noi de 15 anys.

Eix 2: Argumentacions explicatives de les raons per no tenir telèfon mòbil

Tema 3: Decisió pròpia dels adolescents

El tercer tema que hem pogut identificar engloba i té en compte les opinions i experiències dels adolescents que consideren que els joves de la seva edat que actualment no disposen d'un mòbil és perquè ells i elles mateixos així ho han decidit.

Un cop analitzats els arguments aportats pels nois i les noies, hem pogut identificar cinc categories que són les següents:

Categoria 3.1. No el necessiten: inclou les opinions dels joves que manifesten que no tenen mòbil perquè realment no el necessiten.

Exemples:

- ♦ “Puc viure amb normalitat sense el mòbil jo... no em fa falta.”, noi de 14 anys;
- ♦ “No, és que tampoc ho necessito molt, és a dir, puc viure sense ell”, noia de 15 anys.

Categoria 3.2. No els agrada: aquesta categoria inclou els comentaris dels nois i les noies que manifesten que els que encara no disposen d'un mòbil és perquè no els agrada.

Exemples:

- ♦ “Perquè tot és qüestió de gustos.”, noi de 14 anys;
- ♦ “Jo crec que per principis... perquè no li agrada.”, noia de 15 anys.

Categoria 3.3. No volen ser controlats: engloba les opinions dels joves que tenen a veure amb la justificació que alguns adolescents no volen tenir mòbil per evitar ser controlats/des pels progenitors.

Exemples:

- ♦ “... em sento massa controlat... sí!”, noi de 14 anys;
- ♦ “Perquè no vull que els meus pares em controlin.”, noia de 13 anys.

Categoria 3.4. No ho han provat: el contingut d'aquesta categoria es refereix a que alguns nois i noies no disposen de mòbil propi perquè encara no ho han provat, no han experimentat amb aquest aparell.

Exemple:

- ♦ “No, jo crec que és perquè tampoc ho han provat. Jo crec que és bastant útil, ara bé que tu ho facis servir per a altres coses.”, noia de 16 anys.

Categoria 3.5. Pèrdua de l'aparell: es refereix a les opinions expressades pels joves que manifesten que alguns nois/es no tenen mòbil o bé perquè n'han perdut algun o bé perquè no els ho compren per evitar que el perdin.

Exemples:

- ♦ “Perquè l' han perdut i no li volen comprar un altre.”, noia de 14 anys;
- ♦ “Per por de perdre'l.”, noia de 15 anys.

Tema 4: Decisió presa pels progenitors



Si bé en el tema anterior s'han inclòs les categories de respostes d'aquells joves que van considerar que alguns nois i noies de la seva edat encara no disposaven de mòbil per una decisió que, en major o menor grau, depenia d'ells mateixos, en aquest tema s'han recollit els arguments dels joves que han manifestat que altres adolescents no disposen d'aquest aparell perquè així ho han decidit els seus progenitors.

Analizant els seus comentaris hem pogut identificar dues categories que són les següents:

Categoria 4.1. No els donen permís: recull les opinions dels joves que consideren que no tenen mòbil perquè els seus pares no ho volen.

Exemples:

- ♦ “Els pares no els deixen.”, noi de 14 anys;
- ♦ “El meu pare diu que no, que no és útil.”, noia de 12 anys.

Categoria 4.2. Per controlar les despeses: la categoria engloba els arguments dels joves que manifesten que els progenitors no els permeten tenir mòbil ja sigui degut a les despeses que els joves efectuen amb el mòbil o perquè els pares no les volen pagar.

Exemples:

- ♦ “Els pares no l’hi volen pagar.”, noia de 14 anys.
- ♦ “Gastes més... jo si tingués mòbil estaria arruïnat!”, noi de 13 anys.

Eix 3: Argumentacions explicatives de la facilitat o dificultat per viure sense el telèfon mòbil

Tema 5: Facilitat per viure sense el mòbil

El cinquè tema del darrer eix temàtic engloba els comentaris dels adolescents que consideren que alguns joves de la seva edat podrien no disposar d’un telèfon mòbil, sense que això els representi una important pèrdua o dificultat i que, per tant, els seria fàcil acostumar-se a no tenir aquest aparell.

Un cop analitzats els comentaris dels nois i de les noies, hem pogut identificar-ne tres categories que són les següents:

Categoria 5.1. És qüestió d’acostumar-se: recull les opinions dels adolescents que consideren que poder viure sense el mòbil és qüestió d’acostumar-se a no disposar d’aquest aparell.

Exemple:

- ♦ “Sí, però seria qüestió d’acostumar-se, com tot.”, noi de 12 anys.

Categoria 5.2. No és imprescindible: engloba els arguments referents a que el telèfon mòbil pot ser prescindible per viure.

Exemple:

- ◆ “Tampoc és tan imprescindible... sempre hem passat amb el telèfon normal.”, noi de 14 anys;

Categoria 5.3. Depèn del temps: la categoria es refereix a les opinions dels nois i noies que han considerat que es pot prescindir d'aquest aparell si no fa gaire temps que el tens o bé que seria qüestió de provar-ho durant una temporada.

Exemples:

- ◆ “Home, jo tampoc fa tant que tinc mòbil.”, noia de 15 anys;
- ◆ “Jo crec que seria veure-ho...estar una temporada a veure què passa i ja ho veus.”, noia de 14 anys.

Tema 6: Dificultat per viure sense el mòbil



Nogensmenys, en els grups de discussió també vam poder identificar opinions d'adolescents que consideren que els seria molt difícil viure sense el telèfon mòbil.

Un cop analitzats els seus comentaris, hem pogut identificar-ne tres categories que detallem tot seguit:

Categoria 6.1. Addicció: en aquesta categoria s'engloben els comentaris dels adolescents que consideren que no podrien viure sense el mòbil degut a la seva dependència.

Exemples:

- ◆ “Perquè sempre estic amb el mòbil. El duc a tota hora i a tots els costats...sempre estic amb el mòbil.”, noia de 13 anys;
- ◆ “Jo crec que la gent que té mòbil i no el pot deixar estar...és que estan enganxats...no poden viure sense ell.”, noi de 13 anys.

Categoria 6.2. Por a la incomunicació: es refereix a les opinions dels nois i les noies en relació a la “por” de no poder-se comunicar amb la resta (sobretot amb els amics).

Exemples:

- ◆ “No ens podríem comunicar amb els amics.”, noi de 13 anys;

- ♦ “Porten el mòbil...i si ningú no els hi fa una perduda...ja estan amb: que no pensen en tu...no sé que [jejeje]”, noia de 14 anys.

Categoria 6.3. Símbol d'identitat: engloba els comentaris dels joves que manifesten que el mòbil forma part de la seva personalitat i que és, en certa manera, una expressió de la seva identitat.

Exemples:

- ♦ “Jo, sincerament... si ara no pogués tenir el mòbil ho veuria una putada...és que ara ja tinc el meu, com cada dia...si ara me'l retiressin, em trobaria... on vaig sense el mòbil?”, noi de 15 anys;
- ♦ “No sé, és que jo penso que sense el meu mòbil no seria jo.”, noia de 14 anys.

4.2.4. Temàtica 4

Elements implicats en la disponibilitat i ús del telèfon mòbil per part dels *adolescents*: forma de consecució, de pagar les despeses i edat adequada per tenir mòbil

En transcurs del debat de la quarta temàtica explorada en els grups de discussió dels participants adolescents, emergeixen altres temes que hem considerat suficientment rellevants per comprendre amb major detall els elements psicosocials que tenen a veure amb la disponibilitat del telèfon mòbil per part dels joves d'entre 12 i 16 anys. A saber:

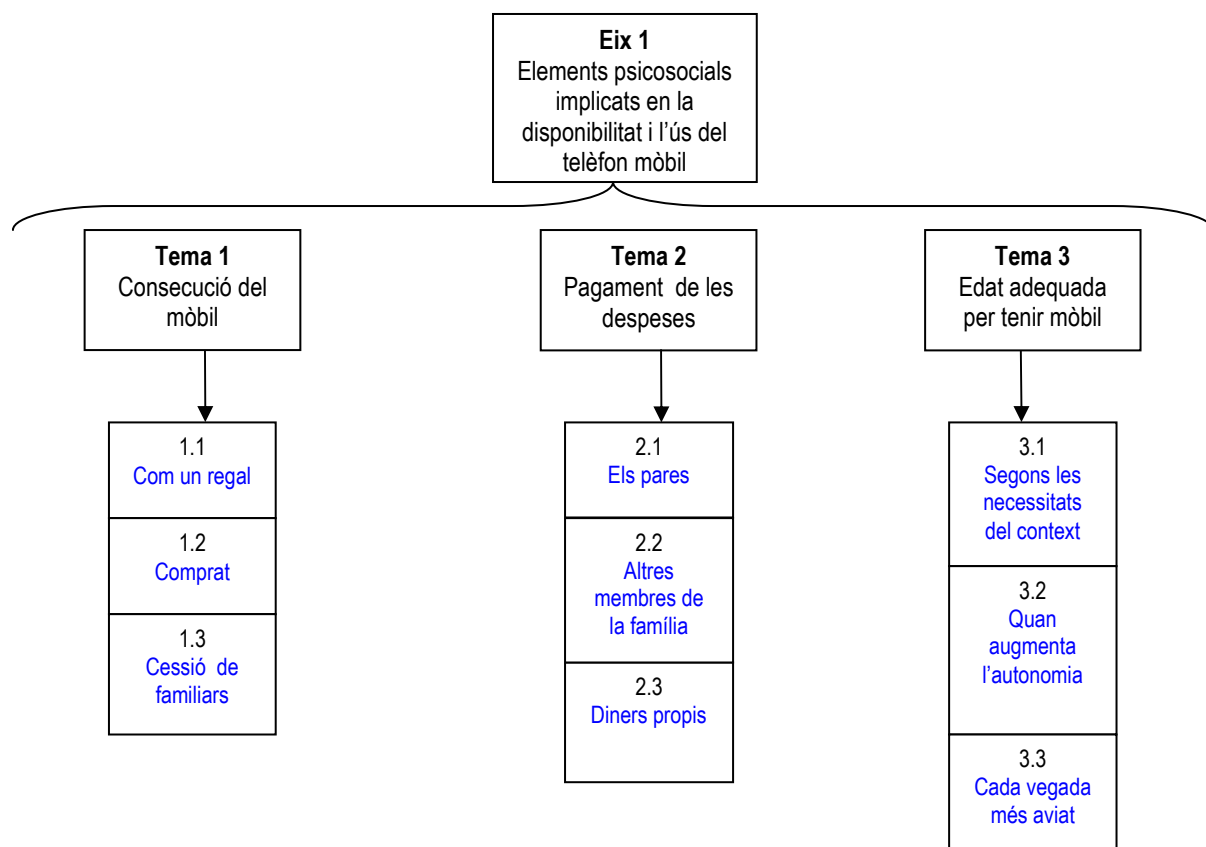
Formes de **consecució** del telèfon mòbil


Formes de **pagar** les despeses relacionades amb l'ús del mòbil

Quina consideren que és **l'edat** adequada per tenir un telèfon mòbil

Els seus arguments, els podem agrupar en l'eix temàtic següent:

Esquema 4.- Elements implicats en la disponibilitat i ús del telèfon mòbil: forma de consecució, de pagar les despeses i edat adequada per tenir mòbil



 Categories només identificades en els grups de discussió d'adolescents.

La quarta temàtica que ha emergit a partir de les experiències i els discursos dels participants dels grups de discussió, l'hem considerat en **un sol eix temàtic** (Esquema 4). En aquest eix hem agrupat aquelles categories d'arguments que recullen les opinions dels participants adolescents que tenen a veure amb els elements psicosocials que estan implicats en el procés de disponibilitat i ús d'un telèfon mòbil. El primer tema inclou comentaris sobre les formes com els nois i les noies han aconseguit el seu primer telèfon mòbil. El segon, la manera en que cobreixen les despeses que els genera utilitzar el mòbil. I, el tercer i darrer tema, les opinions al voltant de quina consideren que és l'edat més apropiada per tenir el primer aparell mòbil.

A continuació, presentem les categories de cada tema identificat des de la perspectiva dels joves.

Eix 1: Elements motivacionals implicats en la disponibilitat i l'ús del telèfon mòbil

Tema 1: Consecució del mòbil

Aquest primer tema engloba els arguments dels adolescents que il·lustren quines han estat les diferents formes d'aconseguir un telèfon mòbil propi.

Un cop analitzats els comentaris dels nois i les noies, hem pogut identificar les tres categories següents:

Categoria 1.1. Com un regal: recull els discursos dels adolescents que relaten que el primer mòbil el van aconseguir com un regal ja sigui per part d'algun membre de la família o dels amics.

Exemples:

- ◆ “El meu me'l van regalar les amigues perquè els meus pares no volien.”, noia de 16 anys;
- ◆ “El meu me'l van regalar els meus pares.”, noi de 14 anys.

Categoria 1.2. Comprat: la categoria es refereix als comentaris que indiquen que l'aparell se'l va comprar el propi adolescent.

Exemples:

- ◆ “Jo me'l vaig comprar”, noia de 15 anys.
- ◆ “... ara si en vull un de nou me l'he de comprar jo”, noia de 13 anys.

Categoria 1.3. Cessió de familiars: fa referència als arguments on els nois i les noies relaten que el van obtenir per cessió o herència d'algun familiar.

Exemples:

- ♦ “El meu per herència.”, noi de 14 anys;
- ♦ “El meu me'l va donar la meva mare.”, noia de 14 anys.

Tema 2: Pagament de les despeses

En aquest tema hem recollit els arguments dels adolescents que posen de manifest de quina manera paguen les despeses econòmiques que els comporta la utilització del telèfon mòbil.

Les seves opinions queden englobades les tres categories següents:

Categoria 2.1. Els pares: inclou els comentaris dels nois i les noies que assenyalen que són els progenitors els que solen pagar amb més freqüència les despeses que generen amb el mòbil.

Exemples:

- ♦ “A mi m'ho paguen els pares.”, noi de 13 anys;
- ♦ “Els pares.”, tots els membres d'un grup d'edat entre 14 i 15 anys.

Categoria 2.2. Altres membres de la família: engloba els arguments dels joves que ens relaten com, en algunes ocasions, les despeses del mòbil són pagades per altres membres de la seva família que no són els pares.

Exemples:

- ♦ “A mi, de vegades, el meu avi.”, noi de 14 anys;
- ♦ “El meu avi m'ajuda... dient-me: «té, per a una fanta!». I em dona 10 euros i carrego el mòbil.”, noi de 12 anys.

Categoria 2.3. Diners propis: inclou els comentaris dels nois/es que han manifestat que paguen dels seus propis recursos el que gasten amb el mòbil, amb diners que obtenen de pagues setmanals o mensuals.

Exemples:

- ♦ “A mi abans m'ho pagaven els meus pares, però ara ja no. Ara m'ho pago jo amb els aniversaris.”, noia de 15 anys.

- ♦ “Doncs jo tinc diners cada setmana per a sortir i tal... i ja saps que gastes més... tindràs menys per al mòbil... i així t'ho administres.”, noi de 16 anys.
- ♦ “Jo tinc targeta i quan s'acaba... amb els diners del mes.”, noia de 13 anys.

Tema 3: Edat adequada per tenir mòbil

En preguntar als adolescents participants en els grups de discussió quina consideren que és l'edat adequada per tenir el primer mòbil, hem pogut identificar tres tipus de comentaris diferents que conformen les categories següents.

Categoria 3.1. Segons les necessitats del context: en aquesta categoria s'han inclòs les opinions dels adolescents que tenen a veure amb algun canvi que s'hagi produït en el context familiar o per la necessitat dels joves de marxar lluny de casa.

Exemples:

- ♦ “A la meva germana l'hi van regalar perquè els meus pares es van divorciar... i per a estar més comunicats... així que jo també crec que depèn d'altres coses.”, noia de 14 anys;
- ♦ “Quan van a estudiar fora”, noia de 16 anys.

Categoria 3.2. Quan augmenta l'autonomia: recull els arguments dels joves que tenen a veure amb les primeres sortides nocturnes i les conductes més autònomes.

Exemples:

- ♦ “Quan comences a tenir una responsabilitat, veritat, noi de 14 anys;
- ♦ “A partir dels 12. És quan et comences a fer gran.”, noi de 14 anys;
- ♦ “Als 12, als 13... quan comences a sortir de nit.”, noi de 15 anys.

Categoria 3.3. Cada vegada més aviat: en aquesta categoria hem englobat els punts de vista dels adolescents que han mostrat una certa preocupació pel fet que consideren que cada vegada els nois i les noies tenen mòbil amb menors edats.

Exemples:

- ♦ “... però és que ara... a primària o abans, cap a cinquè ja tenen mòbil... molt molt aviat, ara!”, noi de 14 anys;
- ♦ “Quants anys té la teva germana? Té 10 i ja té mòbil!”, noia de 14 anys.

4.2.5. Temàtica 5

La importància de tenir telèfon mòbil propi: les atribucions dels *adolescents* envers a la importància que creuen que els seus *progenitors* donen a aquest aparell, la pròpia importància manifestada pels *progenitors* i l'actitud dels *progenitors* cap a l'ús que els fills fan del mòbil

En el transcurs de la discussió de cinquena temàtica explorada en els grups de discussió dels adolescents i dels adults, vàrem plantejar que valoressin la importància que donen els uns i els altres al fet de disposar d'un telèfon mòbil propi.

El **postulat** que es va presentar als grups de discussió dels nois i noies fou el següent:

*Quina importància creieu vosaltres que els **vostres pares** donen al telèfon mòbil?*

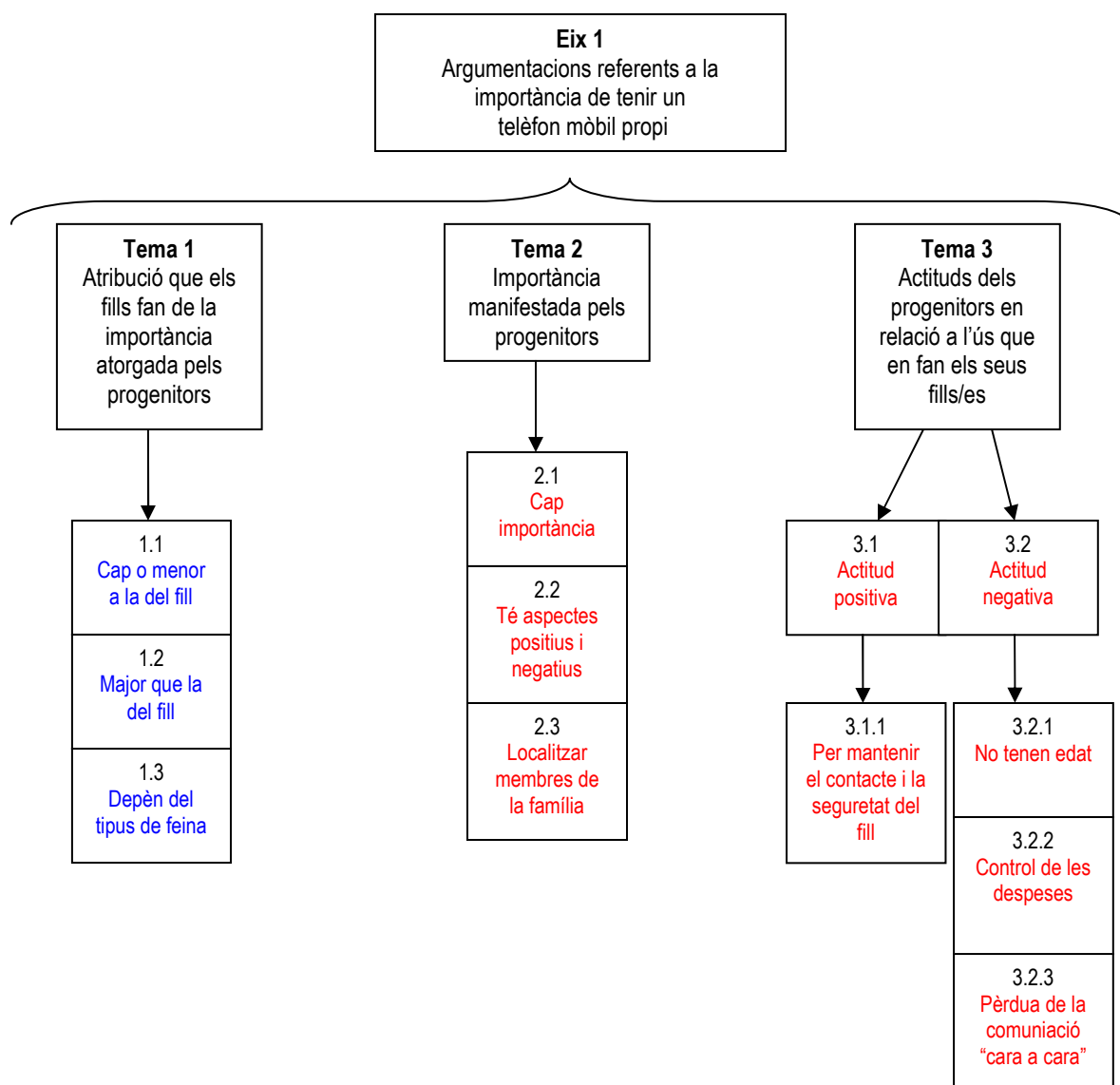
En els grups de discussió de progenitors vàrem plantejar els **postulats** que segueixen a continuació:

*Quina importància donen **vostès** al telèfon mòbil?*

*Quina importància creuen que té el telèfon mòbil **pels nois i noies d'entre 12 i 16 anys**?*

Els arguments que ens han donat adolescents i progenitors, els poden agrupar en l'eix temàtic que presentem tot seguit:

Esquema 5.- Arguments respecte la importància de tenir un telèfon mòbil propi



- Categories només identificades en els grups de discussió dels adolescents.
- Categories només identificades en els grups de discussió dels progenitors.

La cinquena temàtica que ha emergit a partir dels comentaris dels participants dels grups de discussió, l'hem establert en **un sol eix temàtic** (Esquema 5). Aquest eix engloba tres temes relacionats amb les argumentacions aportades en relació a la importància de tenir un telèfon mòbil propi o no. El primer tema, recull atribucions que els nois i les noies fan de la importància que els pares i mares donen a aquest aparell en la seva vida quotidiana. El segon està relacionat amb la importància manifestada pels propis progenitors en relació al mòbil. I, el darrer tema, recull les argumentacions que tenen a veure amb les actituds dels progenitors en relació a l'ús que els joves d'entre 12 i 16 anys fan d'aquesta NTIC.

A continuació, presentem les categories identificades en cada tema a través de les opinions dels progenitors i dels adolescents.

Eix 1: Argumentacions referents a la importància de tenir un telèfon mòbil propi

Tema 1: Atribució que els fills fan de la importància atorgada pels progenitors

Aquest primer tema engloba les atribucions dels adolescents sobre **la importància que creuen que els seus pares atorguen al telèfon mòbil**.

Un cop analitzats els seus arguments, hem identificat tres categories que són les següents:

Categoria 1.1. Cap o menor a la del fill: es refereix als comentaris dels nois i les noies que consideren que els progenitors no li donen cap importància al telèfon mòbil o és menor a la que ells mateixos li donen.

Exemples:

- ♦ “A casa meva cap”, noia de 14 anys;
- ♦ “La meva mare es va comprar un i no l'usa mai. Alguna vegada... però no sé, poc... si ha de trucar a algú fa servir el del pis”, noi de 13 anys.

Categoria 1.2. Major que la del fill: té a veure amb els arguments dels adolescents que manifesten que els pares donen molta importància a l'ús del mòbil o, fins i tot que li donen més importància que ells mateixos.

Exemples:

- ♦ “El meu pare duu el mòbil fins i tot al lavabo... sí, sí, està menjant i el mòbil al costat, està mirant la tele i el mòbil al costat... com una altra mà, saps?”, noia de 15 anys;
- ♦ “A casa meva molta... des de que tinc 10 anys tots tenim mòbil, tots, tots.”, noia de 14 anys.

Categoria 1.3. Depèn del tipus de feina: en aquesta categoria hem englobat les opinions dels adolescents que han manifestat que la importància que els progenitors atorguen al telèfon mòbil depèn del tipus de feina que aquests tinguin (major o menor funcionalitat del mòbil).

Exemples:

- ♦ “Si és una persona que està en una oficina no perquè ja té el telèfon de l'oficina, però si és un pare que viatja o així perquè treballa d'aquesta manera que ha d'anar d'aquí a allà... doncs sí, és important”, noi de 13 anys.
- ♦ “El meu pare, per exemple, té el mòbil com un instrument de treball”, noi de 15 anys;
- ♦ “Els pares potser més per necessitat, el treball i aquestes coses... i nosaltres més per oci.”, noia de 15 anys.

Tema 2: Importància manifestada pels progenitors

Aquest segon tema resulta de plantejar en els grups de discussió de progenitors la **importància que té per a ells aquest aparell**. Com veurem a continuació, ens trobem, per una banda, amb un conjunt de participants que manifesten que el mòbil no és gens important, un altre conjunt de pares i mares que defensen que l'ús del mòbil té aspectes positius i negatius i un darrer que manifesta que mòbil pot ser útil per tenir localitzats els membres de la família.

Els seus comentaris han estat classificats en tres categories, que són les següents:

Categoria 2.1. Cap importància: engloba els comentaris dels progenitors que han considerat que el telèfon mòbil no té cap mena d'importància en les seves vides.

Exemples:

- ♦ “Ja podrien anar a l'escombraria tots junts!”, mare;

- ♦ “Importància? Cap, en aquests moments.”, mare;
- ♦ “Està claríssim que es pot viure sense mòbil!”, pare.

Categoria 2.2. Té aspectes positius i negatius: fa referència als arguments dels progenitors que consideren que el mòbil segons l'ús que se li doni pot ser positiu o negatiu.

Exemples:

- ♦ “Totes les monedes tenen dos cares... hi ha la cara positiva, que és la que dius, que ens podem localitzar en un moment donat... i la cara negativa que és aquesta... joestic parlant amb una persona que no conec de res.”, pare;
- ♦ “Són noves tecnologies... i ens hi adaptem... i, cuidado, que ho defenso, eh? I, és clar, si estem entrant en aquesta dinàmica de consumisme... cap a on talles? Jo encantada de tirar el mòbil a la bassa com tu deies... però qui és el primer que llença el mòbil? Tu o jo?”, mare.

Categoria 2.3. Localitzar els membres de la família: inclou les opinions dels progenitors que consideren que pot ser una eina útil per tenir localitzats i controlats tots els membres de la família.

Exemples:

- ♦ “A mi em va molt bé el mòbil. En el meu cas som quatre a casa i moltes hores del dia estem desperdigats. Si sé que només amb un número ens trobem els quatre, jo trobo que és... com un tresor, una cosa a la butxaca que et posa amb els de casa en un moment”, mare;
- ♦ “Perquè a vegades van segons on i... d'aquesta manera els dius: «quan siguis a tal lloc em fas un truc i vinc»”, pare.

Tema 3: Actitud dels progenitors en relació a l'ús que en fan els seus fills

El darrer tema que hem incorporat en aquesta temàtica, fa referència a l'**actitud que les mares i els pares han manifestat tenir en relació a l'ús que els seus fills fan del telèfon mòbil**. Hem pogut observar que hi ha dues postures entre els progenitors: una de més positiva i una altra més negativa.

Hem desglossat les seves opinions i actituds en una primera categoria que té una subcategoria i una segona categoria de la que se'n desprenen tres subcategories:

Categoria 3.1. Actitud positiva: aquesta categoria inclou les opinions dels progenitors que han manifestat que estan d'acord amb que el seu fill utilitzi un mòbil. Aquesta categoria es desglossa en la següent subcategoria:

Subcategoria 3.1.1. Per mantenir el control i la seguretat del fill: els progenitors que han valorat positivament l'ús que els adolescents fan del mòbil ha estat principalment per raons que tenen a veure amb tenir un cert grau de control i proporcionar seguretat als seus fills.

Exemples:

- ♦ “Li faig portar quan ell marxa, per exemple, si va al cine o així... per si l'hagués de localitzar.”, mare;
- ♦ “Hi ha un mòbil per si ha de sortir... i si surt... s'emporta el mòbil.” pare.

Categoria 3.2. Actitud Negativa: aquesta categoria inclou els arguments dels progenitors que han manifestat que no estan d'acord amb que el seu fill utilitzi un mòbil. Aquesta categoria es desglossa en les tres següents subcategories:

Subcategoria 3.2.1. No tenen edat: una de les raons per les quals els progenitors no han valorat positivament l'ús que els adolescents fan del mòbil té a veure amb que consideren que encara són joves per disposar d'aquest aparell.

Exemples:

- ♦ “No... el meu té 12..., fa dos anys que me'l demana i jo li dic que per a què... jo ja li dic que fins els 14 no cal que en parlem.”, mare;
- ♦ “És que 12... tampoc és edat per tenir mòbil, eh? Jo en tinc 40 i fins fa poc encara no en tenia, eh? Als 40... llavors, per què ell ja n'ha de tenir als 12?”, mare.

Subcategoria 3.2.2. Poca capacitat de gestió de les despeses: una altra de les raons que han manifestat els progenitors que no han valorat positivament l'ús que els adolescents fan del mòbil té a veure amb que consideren que els seus fills encara no són capaços de controlar les despeses que generen amb el mòbil.

Exemples:

- ♦ “Per una trucada necessària, en fan 10 que no ho són.”, pare;
- ♦ “Un cop ja els hi has donat... ja estàs a les seves mans... i llavors, tots voldríem que fos una trucada o dues d'aquestes necessàries... però...”, mare.

Subcategoria 3.2.3. Pèrdua de la comunicació “cara a cara”: la darrera raó que hem identificat com a negativa té a veure amb la sensació que tenen els progenitors de la pèrdua del contacte físic de la comunicació “cara a cara” que els joves tenen amb els amics.

Exemples:

- ♦ “Orientat de cara al jovent, el mòbil és... és com un element que substitueix la comunicació directa perquè s’han habituat a fer-ho com a alternativa.”, pare;

4.2.6. Temàtica 6

Actitud dels progenitors en relació a les noves cultures mediàtiques i formes de relació i comunicació dels adolescents

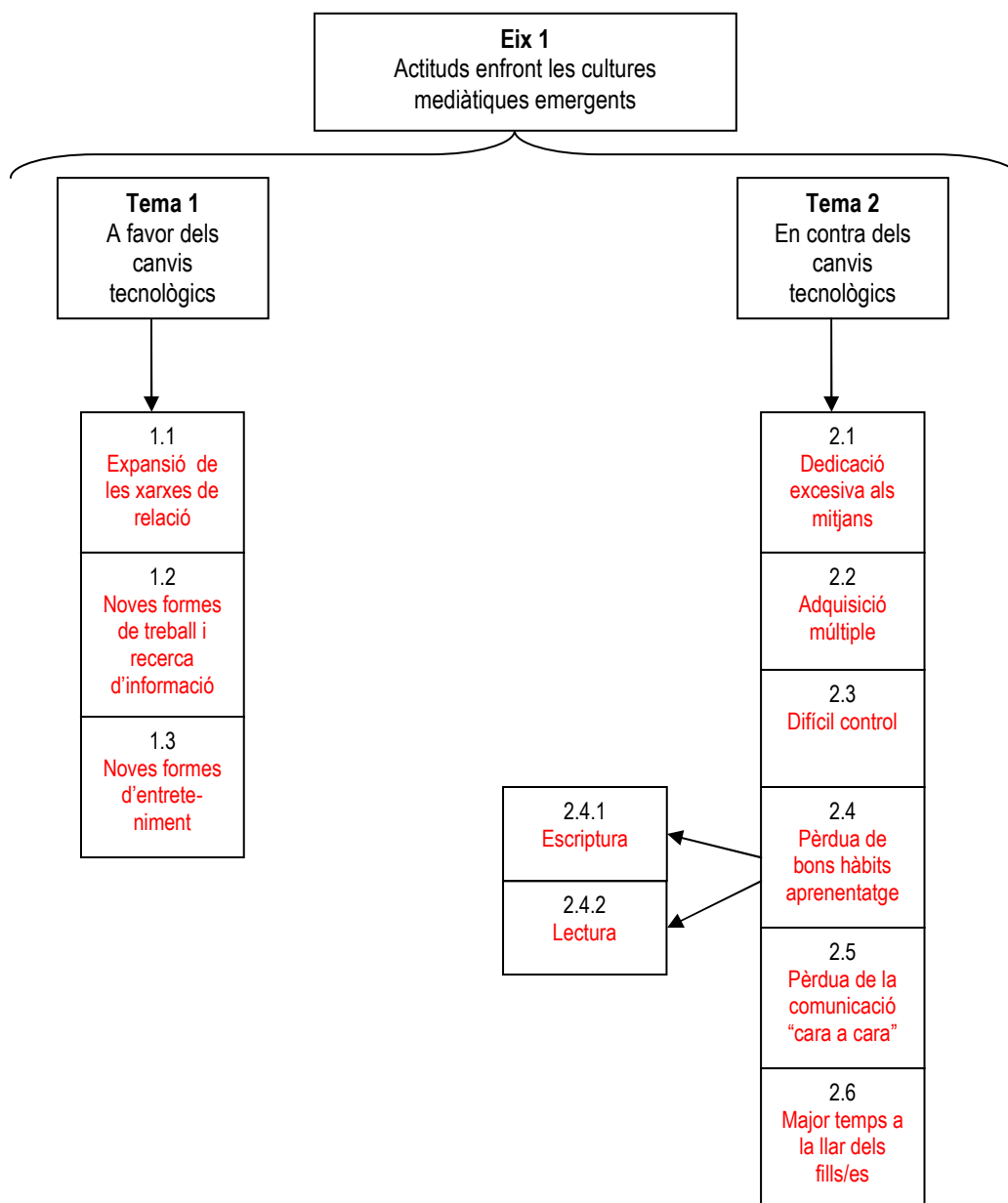
En el grups de discussió de progenitors vàrem explorar un tema relacionat amb la globalització i els avenços tecnològics dels mitjans de comunicació i els canvis culturals que ens afecten a tots inevitablement però que, sobretot, afecten als més joves. Els nois i les noies s'han adaptat als nous canvis de forma més ràpida que la resta de grups socials. A partir d'aquest plantejament, referent als canvis tan accelerats que ens estan succeint en aquesta època, vàrem plantejar aquesta temàtica als grups de pares i mares per conèixer la seva opinió respecte a les noves formes d'entretenir-se i comunicar-se dels seus fills amb els altres.

En concret, els vàrem plantejar el **postulat** següent:

Creuen que aquestes formes de comunicació i entreteniment són positives pels joves de l'edat dels seus fills/es?

Els arguments que ens han els progenitors, les poden agrupar en l'eix temàtic següent:

Esquema 6.- Actitud dels progenitors enfront les noves cultures mediàtiques i formes de relació i comunicació dels adolescents



— Categories només identificades en els grups de discussió dels progenitors.

Aquesta sisena temàtica que ha emergit a partir de les aportacions dels participants dels grups de discussió, l'hem agrupada en **un únic eix temàtic** (Esquema 6) que té a veure amb les actituds dels progenitors envers les cultures mediàtiques que estan emergint entorn l'ús d'algunes NTICs. En aquest cas, hem pogut identificar un primer tema que té a veure amb les opinions dels pares i mares que estan a favor o que tenen una actitud més optimista envers els canvis tecnològics i, per contra, en el segon tema les opinions dels progenitors contràries o més reticents als canvis tecnològics.

A continuació, presentem les categories de cada tema identificat a partir de les opinions de progenitors.

Eix 1: Actituds enfront les cultures mediàtiques emergents

Tema 1: A favor dels canvis tecnològics

Aquest primer tema engloba els arguments dels progenitors que manifesten com a **positius** aquests canvis per als seus fills.

Un cop analitzats els comentaris, hem identificat les tres categories següents:

Categoria 1.1. **Expansió de les xarxes de relació:** recull les opinions dels progenitors que consideren que les NTICs poden ser útils a l'hora d'expandir o millorar les relacions interpersonals dels seus fills.

Exemples:

- ♦ “Al cap de deu dies tenia una llista llarga de gent par a xatejar, gent de la seva edat i tot... El que vull dir és que comunicació i relació, sí!”, mare;
- ♦ “El que tu o jo... fa 20 anys abocàvem en un diari i, ara, probablement ho aboquen en una amiga o un amic o amb 25 amigues. Em diu: «és que avui hi ha molta gent connectada»”, mare.

Categoria 1.2. **Noves formes de treball i cerca d'informació:** en aquesta categoria hem englobat els comentaris dels pares i mares que consideren que les tecnologies obren la possibilitat de crear noves maneres de treball i cercar informació.

Exemples:

- ♦ “Ella si busca és per buscar una mica a Internet... perquè els fan fer molts treballs.”, mare;
- ♦ “... i amb el tema d’Internet ve de l’evolució del què ha fet la mitjana, del què ha fet la gran majoria... això crea un hàbits... com ara les noves formes de cercar la informació... que és la realitat que hi ha, no?”, pare.

Categoria 1.3. Noves formes d’entreteniment: inclou les aportacions dels progenitors que han considerat que les NTICs han fet sorgir noves formes d’entreteniment entre els més joves.

Exemples:

- ♦ “L’ordinador mateix, els xats o això que deia... es baixa música, després la grava en un CD i aquestes històries... perquè això li agrada molt.”, mare;
- ♦ “Juguen amb aquestes coses, amb el mòbil, amb l’ordinador...”, pare.

Tema 2: En contra dels canvis tecnològics

En aquest darrer tema hem recollit els arguments dels progenitors que posen de manifest com els canvis tecnològics i les NTICs poden arribar a ser **negatius** per als seus fills i, conseqüentment, per a ells mateixos.

Hem organitzat els seus arguments en sis categories i dues subcategories corresponents a la quarta categoria:

Categoria 2.1. Dedicació excessiva als mitjans: en aquesta categoria hem agrupat les opinions dels pares i mares que han manifestat que l’ús excessiu dels mitjans audiovisuals pot ésser negatiu pel fill.

Exemples:

- ♦ “Xatejar és com la tele. Si et fiques davant de la tele i t’ho empasses tot, facin el que facin, doncs clar... no és bo.”, pare;
- ♦ “Els mitjans ho comporten això, però perdre tanta estona per a dir-se tal, perquè demà al matí es trobin i tornar-se a trucar i fer-se perdudes... mira, a mi tot això em posa dels nervis.”, pare;

Categoria 2.2. Adquisició de múltiples mitjans: inclou els comentaris dels progenitors que consideren que disposar de tants aparells electrònics pot ser un aspecte més negatiu que positiu pels seus fills.

Exemples:

- ♦ “El meu fill quan encara no tenia l’ordinador i volia l’equip de música, que ara ja té, o la taula de no sé que... tota la història que va fer... Doncs ara ja ho té tot a l’habitació, té de tot. A la meua època, a la meua habitació jo tenia: un llit, una taula i una catifa!”, pare;
- ♦ “Ha estat el regal de Nadal [la consola]. Ens han inundat! Com fa tres o quatre anys el mòbil.”, pare.

Categoria 2.3. Díficil control: fa referència a les opinions dels progenitors que tenen a veure amb la dificultat que els comporta controlar tot el que els seus fills fan amb els mitjans.

Exemples:

- ♦ “S’hauria de vigilar més als nens, per exemple, quan busquen informació doncs d’on l’han tret, perquè no tota ha de ser bona. Ho han de saber diferenciar, d’on ha tret allò o qui li ha dit allò... prendre mesures.”, mare;
- ♦ “El primer dia que la meua filla petita es va connectar, sembla ser que algú li va dir: «vols que no sé què porno?»”, mare.

Categoria 2.4. Pèrdua de bons hàbits d’aprenentatge: aquesta categoria es refereix a la sensació que alguns progenitors tenen en relació a que les NTICs poden estar perjudicant certs hàbits d’aprenentatge. Aquesta categoria l’hem desglossat en les dues següents subcategories:

Subcategoria 2.4.1. Escriptura: s’han inclòs les opinions dels progenitors que han manifestat que el llenguatge i l’escriptura del seu fill ha canviat degut als nous llenguatges que fan servir els joves per comunicar-se a través d’alguns mitjans.

Exemples:

- ♦ “A més que espatllen la llengua... de la forma que escriuen ells és un nou codi.”, mare;
- ♦ “És el seu codi. I és una cadena, si envien un missatge amb un llenguatge que ells entenen, un llenguatge ràpid.”, mare.

Subcategoria 2.4.2. Lectura: s’han inclòs les argumentacions dels progenitors que han manifestat que perceben que els seus fills no llegeixen tant com abans de l’aparició de les NTICs.

Exemples:

- ♦ “Abans hi havia per llegir molts còmics... també ens donaven diners per comprar els “còmics” i després ens els canviàvem. I ara és diferent.”, mare;
- ♦ “Segurament si no hagués tingut un ordinador hagués llegit més llibres.”, pare.

Categoria 2.5. Pèrdua de la comunicació “cara a cara”: s’han inclòs els comentaris dels progenitors que manifesten un cert malestar pel fet que els seus fills estan perdent el diàleg directe amb les persones.

Exemples:

- ♦ “Estem creant una societat on aquest tipus de diàleg [cara a cara] és molt difícil.”, mare;
- ♦ “És que s’ho diuen tot pel mòbil, sí, sí... fins i tot les coses que s’haurien de dir a la cara.”, pare.

Categoria 2.6. Passen més temps a casa: recull els comentaris d’alguns pares i mares que consideren que els seus fills passen més temps a casa amb les NTICs que a fora amb els amics.

Exemple:

- ♦ “Sí, els temps han canviat... abans et passaves tot el dia en el carrer i ara, els nens estan a casa, els tenim a casa.”, pare.

PART III
DISCUSSIÓ I CONSIDERACIONS FINALS

Capítol V
Discussió dels resultats

Al llarg d'aquesta tesi hem assenyalat que no són massa abundants els estudis realitzats a l'entorn dels processos psicosocials implicats en l'ús i la disponibilitat de telèfon mòbil per part dels adolescents. No obstant això, ha quedat palès el fet que aquest equipament ha passat en pocs anys a ser d'ús gairebé "exclusiu" d'uns pocs adults a ser d'ús "sobredominat" per part dels joves de la majoria dels països desenvolupats econòmicament i tecnològicament. Podríem dir que, en el marc de la societat de la informació, els infants i els adolescents dominen i tenen major coneixement de l'ús de molts dispositius electrònics que no pas la majoria dels adults. Semblaria doncs que els processos de socialització en el món de les NTICs s'han "enfortit" en la direcció contrària a la tradicionalment considerada "dominant": són molts els fills que ensenyen als seus progenitors a utilitzar les noves tecnologies. Aquesta afirmació pot semblar un tant excessiva, però el que sí que queda demostrat en aquesta tesi és que els nois i noies d'entre 12 i 16 anys i alguns dels seus progenitors no tenen els mateixos punts de vista i opinions en relació a l'ús i la disponibilitat i n'avaluem de la mateixa manera alguns aspectes psicosocials que hem explorat en relació al telèfon mòbil.

D'acord amb Rodríguez (2006), en aquesta tesi hem intentat estudiar el comportament dels adolescents des de la seva pròpia perspectiva, evitant així el risc de partir d'un enfocament adultocèntric en el que no es tenen en compte les pròpies opinions dels nois i les noies. Per tant, hem considerat als adolescents del nostre estudi com a agents socials que disposen d'una informació i una perspectiva pròpies i, fins i tot, privilegiades a l'hora de poder explicar i argumentar quin impacte tenen les noves tecnologies, i molt en concret el telèfon mòbil, sobre les seves vides.

*Per explorar el punt de vista dels nois i noies i dels progenitors, hem realitzat aquest estudi en dues fases. El fet de recollir dades a partir de qüestionaris en una primera fase i, d'aprofundir en la comprensió d'aquests resultats a partir de grups de discussió en una segona fase, ens ha produït una rica i interessant quantitat d'informació que ens ajuda a comprendre amb major detall **els aspectes psicosocials implicats en l'emergència de les cultures mediàtiques entre els adolescents**. Un cop presentats els resultats obtinguts, passem tot seguit a discutir-los, bo i agrupant-los segons els objectius generals plantejats en el capítol III, que aglutinen el repte de recollir i articular els resultats quantitatius i qualitatius:*

- 1. Analitzar la disponibilitat i usos del telèfon mòbil per part dels adolescents, així com les argumentacions de nois i noies explicatives d'aquesta disponibilitat (vegeu Figura 3).*
- 2. Explorar la facilitat o dificultat manifestada pels adolescents per viure amb o sense el telèfon mòbil i els arguments que en donen (vegeu Figura 4).*
- 3. Explorar les autoavaluacions que les noies fan sobre la informació de que disposen i sobre l'interès que mantenen vers el telèfon mòbil, així com sobre les argumentacions dels adolescents dels dos sexes i*

dels progenitors en relació al canvi d'actitud de les noies observat en els darrers anys cap a aquesta tecnologia (vegeu Figura 5).

4. *Explorar les autoavaluacions que els progenitors fan sobre la informació que disposen i sobre l'interès que tenen vers el telèfon mòbil, així com les raons manifestades pels adolescents dels dos sexes i els propis progenitors per disposar d'aquest aparell (vegeu Figura 6).*

5. *Explorar la freqüència amb que els adolescents mantenen converses amb diferents persones a l'entorn dels mitjans audiovisuals, així com els arguments utilitzats per justificar la in/satisfacció expressada amb aquestes converses amb els progenitors i els amics (vegeu Figura 7).*

6. *Analitzar la relació existent entre alguns constructes psicosocials vinculats amb el benestar psicològic dels adolescents i el fet de disposar o no d'un telèfon mòbil i, particularment explorar si les dades avalen o no les hipòtesis referides a l'existència d'alguna relació entre el suport social percebut de la família i els amics, l'autoestima i el fet de tenir telèfon mòbil.*

7. *Analitzar el punt de vista dels progenitors en relació a les cultures mediàtiques adolescents i les noves formes de relació i comunicació que els seus fills tenen entorn els mitjans audiovisuals.*

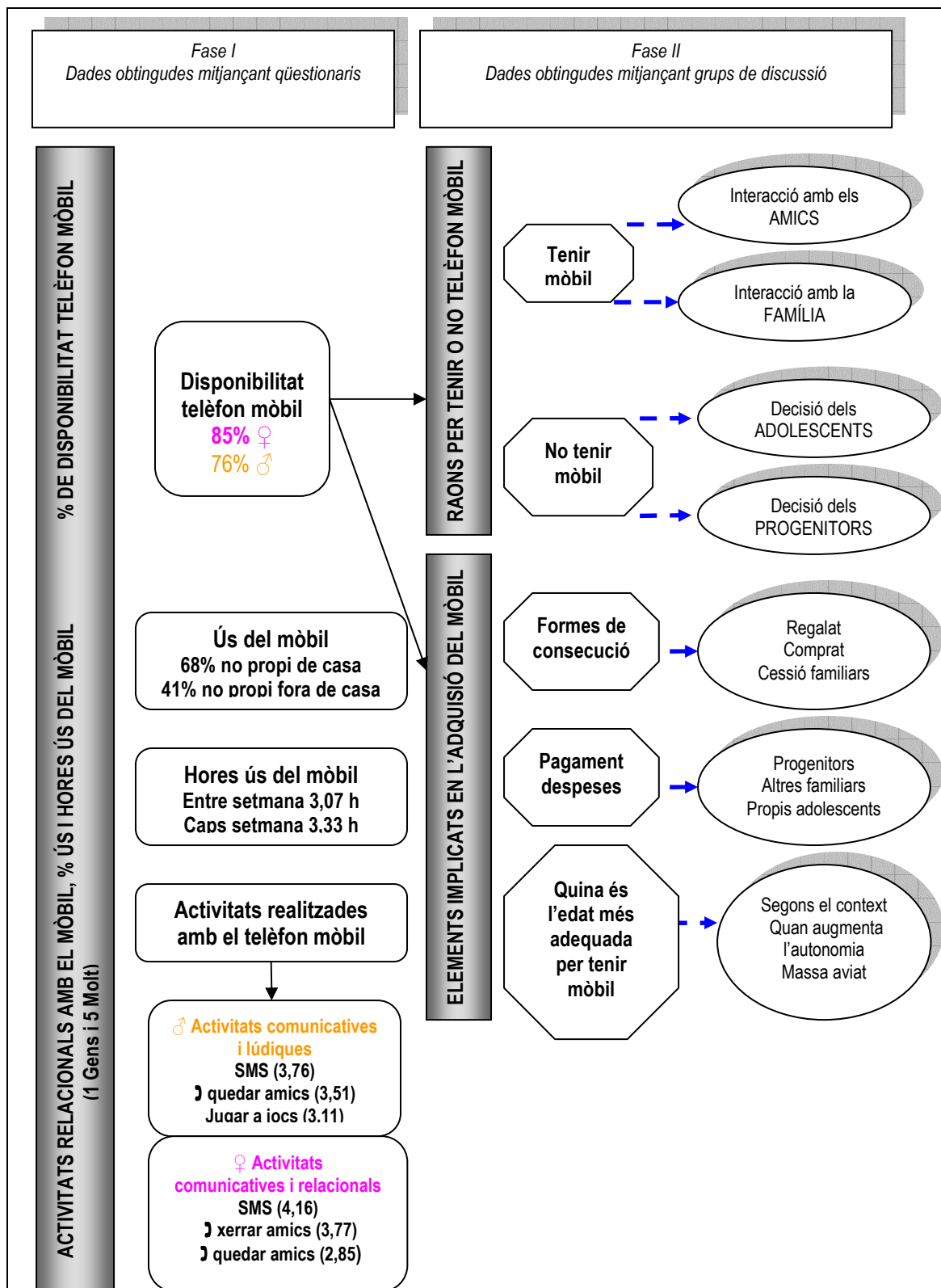
Disponibilitat i usos del telèfon mòbil per part dels adolescents: Argumentacions de nois i noies explicatives d'aquesta disponibilitat

Per discutir aquest primer objectiu general hem relacionat les dades obtingudes en la primera fase de la recerca amb les argumentacions justificatives identificades en els grups de discussió. En la Figura 3, podem observar a la part esquerra els percentatges de disponibilitat i d'ús, així com les hores d'ús del telèfon mòbil per part dels adolescents (objectiu 1.1 de l'apartat 3.3.1, pàgina 173) i les diferents activitats que els adolescents manifesten fer d'entre un conjunt d'utilitats que ofereix aquesta tecnologia (objectiu 1.5 de l'apartat 3.3.1, pàgina 173). En la part dreta, detallem els arguments explicatius dels adolescents en relació a la disponibilitat de telèfon mòbil i, particularment, en referència a les raons per tenir o no aquest aparell i els elements implicats en l'adquisició del mateix (temàtica 4 i 5 de l'apartat 3.4.1, pàgina 180).

Coincidint força amb les dades aportades per Amorós *et al.* (2002), els resultats obtinguts ens donen una idea de la intensitat amb que ha penetrat el telèfon mòbil en la cultura dels adolescents catalans. L'any 2001, un 68% dels adolescents catalans manifestaven disposar d'un telèfon mòbil propi, essent les noies les que amb major freqüència en disposaven (75%). Els resultats d'aquesta tesi ens mostren com una gran majoria dels adolescents d'entre 12 i 16 anys –al voltant del 82%– manifesten **disposar d'un telèfon mòbil propi**. Les dades que hem explorat a partir dels qüestionaris també ens permeten afirmar que s'han observat diferències estadísticament significatives considerant *el gènere dels adolescents* en relació a la disponibilitat de telèfon mòbil propi, en el sentit que són les **noies** les que amb major freqüència disposen d'aquest aparell.

Com a aportacions més recents, disposem de dades recollides a finals de 2005 d'una mostra d'adolescents de les mateixes edats d'arreu de Catalunya (N=5140), per un estudi encarregat pel CAC (Consell Audiovisual de Catalunya) a Casas, Madorell *et al.* (2007). No totes les dades recollides amb aquest qüestionari són comparables amb les nostres, però sí que podem saber quina ha estat la penetració del telèfon mòbil entre els adolescents. Així, a finals de 2005 i a inicis de 2006 un 87% dels adolescents catalans informaven disposar de mòbil propi. Un cop més, són les noies (89%) les que en major proporció manifesten disposar d'aquest aparell en comparació als nois (84%).

Figura 3.- Esquema analític de la disponibilitat i usos del telèfon mòbil per part dels adolescents i els arguments de nois i noies explicatius d'aquesta disponibilitat



En explorar els arguments justificatius dels adolescents en relació a les principals **raons per disposar o no d'un telèfon mòbil** (vegeu Esquema 3 (part 1) del capítol IV, pàgina 243), hem identificat que els nois i les noies que han manifestat que *sí tenen mòbil* exposen dos motius principals:

a) Per mantenir la relació i la interacció amb els iguals. Segons els nois i les noies, una de les formes més importants per mantenir les seves relacions amb els amics és la *comunicació*. Aquesta comunicació, però, pot ser de diferents formes com ara *verbal* ("Per a parlar amb els amics", noi de 14 anys), *escrita* a través dels SMS com afirmen tot un grup de nois i noies d'entre 14 i 15 anys i, *simbòlica*, amb el que és conegut pels adolescents com les *trucades perdudes* com ho manifesten tot un grup de nois i noies de 13 a 14 anys. D'acord amb Harris (1995), els adolescents creen elements propis de la seva cultura per tal de diferenciar-se de la cultura dels adults. Un d'aquests elements característic de la cultura de la comunicació mòbil entre els adolescents és el que ells mateixos anomenen *trucades perdudes (bomb calls*, Oskman i Turtiainen, 2004), donant tot un simbolisme a aquesta nova forma de comunicació. Segons els autors, les trucades perdudes són realitzades amb l'objectiu de deixar sonar el mòbil per un breu període de temps de manera que el receptor no tingui temps de despenjar el seu mòbil. Aquestes *no-converses* són realitzades per diverses raons com: la diversió, l'avorriment, el fet de molestar a l'altre, per fer saber a l'altre que estàs pensant en ell/a o per estalviar diners.

Un altre argument que permet mantenir els llaços relacionals als adolescents amb els iguals és fer servir el telèfon mòbil *per entretenir-se* un mateix o amb els amics. Sovint, quan els adolescents no es troben en companyia dels iguals, l'ús del telèfon mòbil pot actuar "com un amic" oferint-los un contacte en forma *d'interacció parasocial* (McQuali, 1983). Així mateix, consideren que tenir aquest aparell ajuda a ser *acceptat dins els propis grup de referència* (endogrup). Segons Harris (1995) els processos *d'assimilació intragupal* són molt importants per a que la resta de membres del grup no imposin les seves normes ridiculitzant o no acceptant als no conformistes. Un noi de 15 anys que no té telèfon mòbil exposa amb claredat com un dels criteris de selecció per ser acceptat o no pel grup d'iguals té a veure amb el fet de disposar o no d'aquest aparell: "És que sóc com una bestiola rara perquè tothom té un mòbil ja i a mi no m'agrada molt això... la gent se separa per si té mòbil o no... com si haguessis nascut amb el mòbil, sí, sí... i al final me l'hauré de

comprar per ser acceptat". També és important tenir mòbil per poder estar localitzable pels amics i poder *quedar* amb ells. Finalment, consideren que aquest aparell pot facilitar l'*establiment de relacions de parella*.

b) Per mantenir la relació i la interacció amb els membres de la seva família. El manteniment de les relacions familiars a l'entorn del telèfon mòbil difereix molt del manteniment de les relacions amb els iguals. En aquest cas, els nois i les noies consideren que aquest aparell els pot ser d'utilitat si volen contactar amb la família en situacions més concretes com pot ser *per què els vagin a buscar als llocs o per si tenen alguna urgència*. Alguns adolescents també consideren que si tenen un mòbil és perquè els propis pares se sentin més segurs i els puguin tenir *controlats* ("Home ... perquè em volien tenir controlat i van dir: «bé, et comprem un mòbil»", noi de 16 anys). Aquests arguments estan en sintonia amb els manifestats pels progenitors navarresos, els quals consideren que el fet de tenir localitzats als fills i poder contactar amb ells en situacions d'emergència són importants avantatges que ofereix el telèfon mòbil (Naval, Sádaba i Bringué, 2003).

En els grups de discussió dels adolescents també hem explorat per quines raons consideren que hi ha nois i noies de la seva edat que **no disposen d'un mòbil**. Entre les seves argumentacions, emergeixen dues postures: (a) els que diuen que no en tenen *perquè ells o elles mateixos/es així ho han decidit* i, (b) els que consideren que és *perquè els seus pares no els en deixen tenir*. Entre els adolescents que consideren que ha estat una decisió pròpia, al·leguen motius com que no els *agrada tenir un mòbil, no el necessiten o no ho han provat*. Altres consideren que les raons poden tenir més a veure amb el fet que volen evitar ser *controlats pels progenitors* per això han decidit no tenir-ne, tal com diu una noia de 13 anys: "Perquè no vull que els meus pares em controlin". Uns pocs adolescents manifesten que potser no en tenen perquè *l'han perdut* i els pares ja no li volen comprar un altre. En el cas dels adolescents que manifesten que hi ha altres nois i noies de la seva edat que no en tenen degut a que els pares no volen, consideren que pot ser perquè els pares *no els deixin tenir (no els donin permís)* o pel fet que els *pares vulguin mantenir un control de les despeses econòmiques del fill/a*.

Un altre aspecte estretament vinculat amb la disponibilitat de telèfon mòbil en els adolescents té a veure amb una **sèrie d'elements** de caire més "motivacional". Particularment, els adolescents

discuteixen sobre les *formes de consecució*, el *pagament de les despeses* i l'*edat que consideren més adequada per tenir telèfon mòbil* (vegeu Esquema 4 del capítol IV, pàgina 254).

En relació a la *forma en la que els nois i noies han aconseguit el seu telèfon mòbil*, els principals arguments dels adolescents són que se l'han *comprat* ells mateixos o algun familiar, que és un *regal* o bé que algun familiar se l'ha *cedit*. Per tant, les vies més freqüents per tenir un telèfon mòbil tenen molt a veure amb la disposició que tinguin, generalment, els propis pares per comprar, regalar o cedir un telèfon mòbil al seu fill. Això mateix succeeix amb el tema del *pagament de les despeses*, ja que normalment són els *pares* o *altres familiars* com els avis els que les cobreixen. En algunes ocasions són els *propis adolescents* els que es fan càrrec de pagar-les amb diners propis de butxaca. Aquests darrers resultats estan en sintonia amb els obtinguts a Navarra (Naval, Lara, Portillo i Sádaba, 2002) i Anglaterra (Ling i Helmersen, 2000).

Un darrer aspecte que els adolescents discuteixen gira entorn a *quina consideren que és l'edat més adequada per disposar d'aquest aparell*. És interessant destacar que tant els progenitors (actitud negativa dels progenitors de l'ús que fan els fills del telèfon mòbil representada en la Figura 3) com els propis adolescents semblen compartir una actitud restrictiva vers els més joves. Els nois i noies que són més grans (entre 15 i 16 anys), ja fa uns quants anys que tenen mòbil i, per tant, tenen el seu ús molt interioritzat i normalitzat. A molts no els sembla correcte que els més joves (11 o 12 anys) ja disposin de mòbil. Que ho pensin els pares ens pot resultar més fàcil de comprendre ja que aquests no han crescut amb aquesta eina i els costa assimilar que els fills tinguin la necessitat de tenir-la. Ara bé, què fa que els nois i noies que ja no són preadolescents creguin que tenir un mòbil a determinades edats no és el més adient? Creiem que aquesta visió pot estar relacionada amb la celeritat dels processos d'implantació de les NTICs, sobretot, entre la població juvenil. Aquesta ràpida expansió i popularització d'aquesta eina facilitadora de les seves relacions fa que, en certa manera, els joves (i també els adults) pateixin una "pèrdua de la percepció real del temps" (Ling, 2004b). És a dir, les coses succeeixen i canvien a la mateixa velocitat i això fa que molts joves que ja no són preadolescents percebin que fa ja molt temps que van ser-ho i que, per tant, els sembli que són més grans del que en realitat ho són. I, conseqüentment, creguin que fa molt temps ja tenen mòbil, quan en realitat no fa tants anys.

En aquest sentit, és important que en totes les famílies es construeixin una sèrie de normes per controlar la conducta de consum dels seus membres per tal de mantenir l'harmonia social de les relacions. León i Olobarría (1993) ens recorden que la família és el principal agent socialitzador dels

infants i adolescents i que, per tant, tindrà molt a veure amb la conducta de consum dels fills durant tota la vida. És de suma importància que pares i fills s'impliquin en les decisions sobre quins productes es compraran, quan es compraran (a quina edat) i com es gestionaran les seves despeses per tal que els fills vagin assumint un rol de consumidors responsables.

Tornat a la Figura 3 (pàgina 274), en la primera fase de la recerca, també hem explorat la freqüència d'ús del mòbil per part dels adolescents, la quantitat d'hores que manifesten fer-lo servir i les principals activitats que utilitzen del mòbil d'entre les múltiples funcions que aquest aparell ofereix. Malgrat aquestes qüestions no han estat explorades amb major detall en els grups de discussió, considerem interessant descriure-les i discutir-les.

En relació als llocs on els adolescents d'aquestes edats prefereixen utilitzar el telèfon mòbil, l'any 2001, Amorós *et al* (2002) varen observar que els adolescents manifestava usar el telèfon mòbil més freqüentment *a casa dels amics* i a *altres llocs* (com ara sales o locals, al carrer, a casa d'altres familiars o a altres llocs). Les nostres dades no ens permeten saber concretament a quins llocs l'utilitzen amb més freqüència, no obstant això, sí que posen de manifest que, després del propi telèfon mòbil, els nois i les noies fan ús **d'algun mòbil de casa seva** però que no és seu o fan ús **d'algun de fora de casa seva** que podria pertànyer als amics o altres familiars, adquirint així un coneixement general del mateix.

Pels adolescents de la nostra mostra, disposar d'un telèfon mòbil propi significa **utilitzar-lo** una mitjana de tres hores entre setmana, augmentant-ne el seu ús els caps de setmana. També es constata que hi ha diferències estadísticament significatives en funció del *gènere* quant a les hores d'ús. Són les noies les que més hores dediquen a fer servir el mòbil, ja sigui entre setmana o bé els caps de setmana. Segons les nostres dades, el telèfon mòbil s'ha convertit, en aquest sentit, en un equipament de moda, tot comportant una utilització continuada pels adolescents.

Seguint a Suoninen (2001) sembla ser que en els societats modernes acceleradament canviants, hi ha tendència a les *cultures tradicionals orientades cap a la família*. L'autora va realitzar un estudi transcultural i va comprovar que a països com Espanya, Flandes, França i Itàlia més de la meitat dels infants i dels adolescents passaven el seu temps lliure amb la família. En aquest sentit, els caps de setmana que és el període quan els nois i les noies gaudeixen de més temps lliure es veuen incrementades les hores d'ús del telèfon mòbil per tal de poder mantenir el contacte amb els amics,

estant en les seves llars. Les dades indiquen que els nous models familiars relacionals tendeixen a estar cada vegada més mediatitzats per l'ús de les NTICs.

Un dels aspectes que hem explorat per conèixer quines són les **activitats** que desenvolupen els adolescents mitjançant l'ús del telèfon mòbil, són els diferents **usos relacionals** que fan els nois i les noies de les múltiples funcions que ofereix aquest aparell. Aquestes funcions els són útils com a mitjà per a organitzar les activitats de la seva vida diària, així com, per a constituir l'entramat social i definir el seu propi espai pel que fa a la seva relació amb els altres. Com es mostra en la Figura 3 (pàgina 274), les funcions que més utilitzen els nois i les noies del mòbil no són les mateixes. Observant les puntuacions generals obtingudes pels adolescents, les funcions utilitzades pels nois estan més relacionades amb *activitats comunicatives i lúdiques*, mentre que les utilitzades per les noies serien de caire més *comunicatiu i relacional*. És a dir, per ambdós sexes és molt important utilitzar el mòbil com una eina que facilita el fet de poder comunicar-se i estar en contacte amb els altres (preferentment amb els amics, com veurem també més endavant) i, per tant, relacionar-se amb l'única diferència que els nois també l'utilitzen com una mitjà més recreatiu.

Les dues funcions més utilitzades, tant pels nois com per les noies, són la *d'enviar missatges breus* i la de *quedar amb els amics o les amigues*. Aquesta idea és confirmada per altres estudis desenvolupats tant a Espanya (Navarra) com a d'altres països referenciats en capítol II d'aquesta tesi (Alemanya, Gran Bretanya, Holanda, Finlàndia, Noruega i Rússia). L'ús dels SMS per part dels adolescents ha estat una de les qüestions més estudiades des de diferents perspectives teòriques. Els investigadors alemanys Höflich i Rössler (2002) proposen com a marc de referència per estudiar l'ús dels missatges breus entre els adolescents la *perspectiva dels usos i les gratificacions* (Klappler, 1960). Concretament, varen explorar 15 satisfaccions o gratificacions que tenien a veure amb els motius d'ús dels SMS en una mostra d'adolescents alemanys. Entre les principals motivacions, els nois i noies varen destacar el fet de poder concertar cites i saber què estan fent els amics. Per tant, utilitzar els SMS permet als adolescents satisfer la seva necessitat de conèixer que està fent l'altre i mantenir el contacte amb el grup d'iguals. Una altra perspectiva teòrica que s'ha emprat per estudiar aquest fenomen és la *teoria de la domesticació*. En aquest sentit, Kasesniemi i Rautiainen (2002), identifiquen que els adolescents a més d'enviar missatges als amics, els usen per altres tres funcions: la col·lecció de missatges, el seu enviament en cadena i la lectura col·lectiva dels missatges. Altrament, Ling i Yttri (2002) argumenten que l'ús dels SMS per part dels joves pot ésser explicat per la teoria de l'aprenentatge i el desenvolupament ja que amb el seu ús els nois i les noies aprenen i intercanvien idees sobre qüestions socials quotidianes.

Però, *quina explicació té que siguin les noies les que es preocupin més per mantenir la xarxa social?* Un estudi realitzat per Ling (1999) posa de manifest com el manteniment dels llaços familiars i de les amistats normalment són activitats més femenines. L'autor apunta que les xarxes socials femenines són més àmplies i més complexes que les dels homes. Per extensió, pensem que aquesta aportació també pot ser vàlida per les noies adolescents.

Existeixen diferents eines disponibles per a mantenir –i gaudir- de les relacions socials. La més important de totes elles, és la **comunicació**. L'estudi de Ling (1999) també mostra com les dones freqüentment tenen habilitats de comunicació millor desenvolupades. Les dones són millors, per exemple, en la introducció estratègica de tòpics de conversa, i utilitzen qüestions retòriques per a mantenir la conversa i l'interès. Les dones també controlen l'ús de la comunicació tipus “canal secundari”, és a dir, els mecanismes guturals com “ummm”, “ja”... i l'ús del llenguatge corporal molt millor que els homes. Tot i que aquestes troballes s'apliquen generalment a les dones, podem suggerir que les noies adolescents també presenten un major domini que els nois de les habilitats comunicatives.

Facilitat o la dificultat manifestada pels adolescents per viure amb o sense el telèfon mòbil i els arguments que en donen

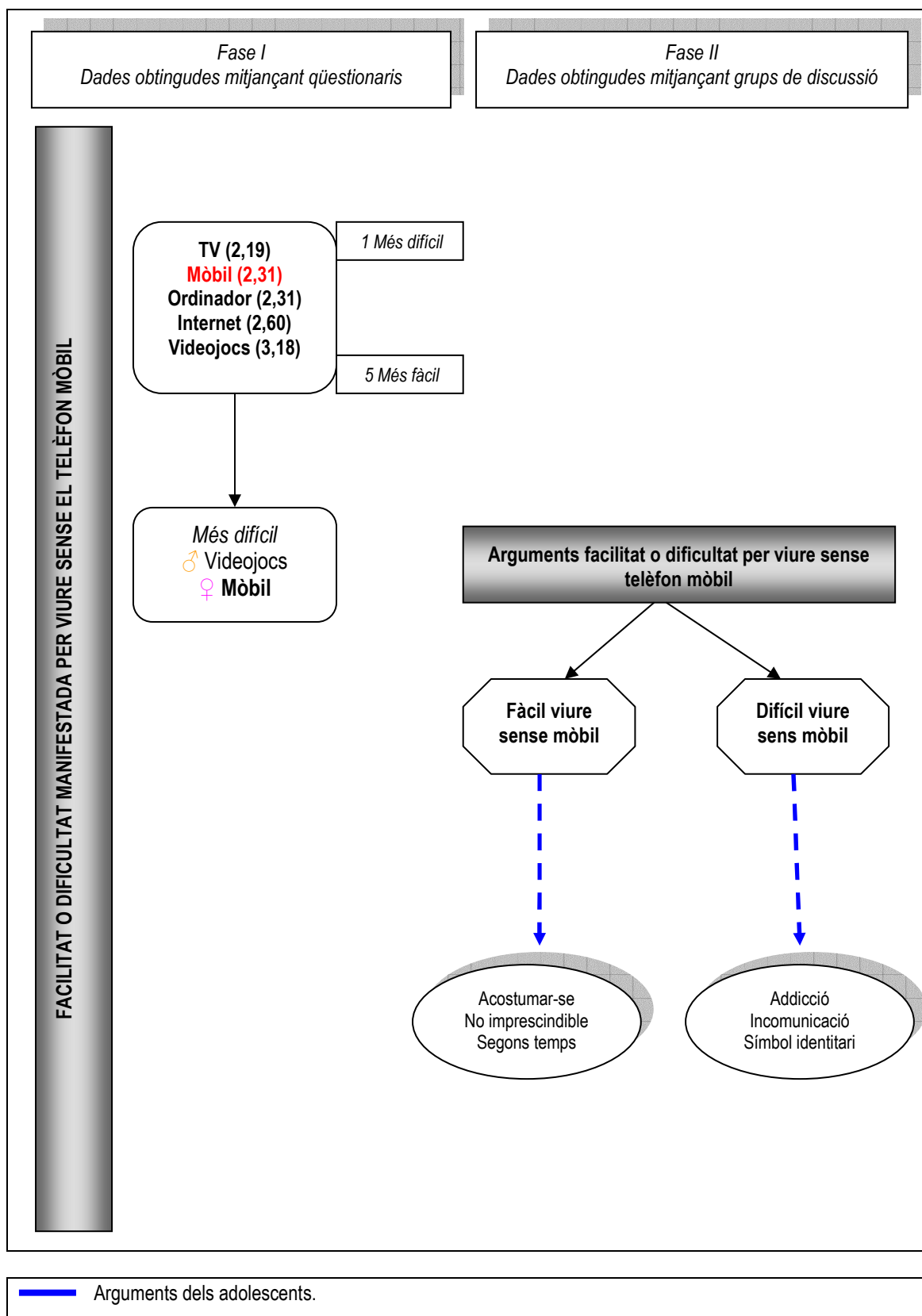
Pels adolescents de 12 a 16 anys l'ús del telèfon mòbil està associat a l'ús d'altres tecnologies de la informació i la comunicació. Els adolescents es mouen sovint amb gran fluïdesa pels mitjans quan es comuniquen o busquen informació. Per analitzar aquest aspecte, hem relacionat els resultats de la tesi en la Figura 4 (pàgina següent). A la part esquerra, hem agrupat les respostes dels adolescents tenint en compte l'autoavaluació respecte la dificultat o facilitat per prescindir del telèfon mòbil, bo i comparant-la amb un llistat de mitjans audiovisuals (objectiu 1.2 de l'apartat 3.3.1, pàgina 173). A la dreta, representem les principals argumentacions que nois i noies han expressat en els grups de discussió en relació a aquesta qüestió (temàtica 4 de l'apartat 3.4.1, pàgina 179).

Coincidint amb les investigacions realitzades per Suoninen (2001), per la gran majoria dels adolescents de la nostra mostra la televisió –antiga o vella tecnologia- és concebuda com el mitjà audiovisual explorat més necessari en les seves vides i, per tant, sense el que els resultaria més difícil viure. El telèfon mòbil i l'ordinador són els següent mitjans avaluats com a més imprescindibles en les seves vides, mentre que Internet i els videojocs no ho són tant.

L'ordinador i el telèfon mòbil actualment són dos mitjans que possibiliten als adolescents estar en continu contacte amb la resta de gent. Sabem que el mòbil –a través de les seves diferents utilitats com els SMS o els diferents rituals que usen els nois i noies com les trucades perdudes- i l'ordinador –a través d'Internet i del *messenger*- possibilita obtenir una resposta immediata de l'altre. Aquesta immediatesa en obtenir resposta i la possibilitat de poder parlar amb l'altre sense haver de desplaçar-se i en qualsevol moment són aspectes que caracteritzen avui en dia la nostra societat acceleradament canviant i que als adolescents els atrau sens dubte.

D'aquests resultats també es desprèn la idea que a aquells adolescents que els resulta difícil viure sense el telèfon mòbil també els resulta difícil viure sense la resta de mitjans explorats (la televisió, l'ordinador i Internet) amb l'excepció dels videojocs. Autors com Feixa (2005), suggereixen que els adolescents d'avui en dia viuen envoltats de mitjans audiovisuals en diferents contextos com l'escola, la casa dels amics o familiars i la pròpia llar, sobretot, en les seves habitacions. En congruència amb els nostres resultats podem pensar que un adolescent és capaç de fer servir alhora múltiples aparells electrònics i que, a més a més, no pot concebre utilitzar-los de forma independent. Així, un adolescent pot estar xatejant amb els amics pel *messenger* i, al mateix temps, enviar o rebre trucades i missatges pel mòbil.

Figura 4.- Esquema analític de la facilitat o dificultat manifestada per viure amb o sense el telèfon mòbil i els arguments que els adolescents donen



Els resultats de la nostra recerca suggereixen que pels nois i les noies les preferències quant als mitjans que consideren més indispensables en la seva vida no són les mateixes. Els **nois** consideren que, per sobre de la resta de mitjans explorats –la televisió, els ordinadors, Internet –, els *videojocs* esdevenen molt importants en les seves vides. Podem suposar que els nois se senten més atrets que les noies per aquest mitjà per diferents motius com poden ser: la possibilitat de lluitar i competir entre ells a través d'un joc, la possibilitat de compartir amb els iguals aspectes lúdics sense sortir de casa i, el que és més important, la forta campanya publicitària desenvolupada al voltant d'aquests jocs dirigida -pels seus continguts- quasi exclusivament als nois. Pel que fa a les **noies**, aquestes valoren el *mòbil* com el mitjà audiovisual més important per a les seves vides.

L'interès per comprovar fins a quin punt el fet de *tenir mòbil o no tenir-ne* té relació amb les autoavaluacions que els adolescents fan respecte la facilitat o dificultat per viure amb o sense els mitjans explorats, ha posat de manifest com efectivament hi ha diferències entre els uns i els altres. Els adolescents que **tenen mòbil propi** els resulta significativament difícil viure sense aquest aparell i sense Internet, mentre que, els resulta més fàcil viure sense els videojocs. Els resultats suggereixen que tenir mòbil propi o no tenir-ne pot ser important entre els adolescents i té a veure amb *processos de diferenciació categorial*. És a dir, els nois i noies que tenen mòbil es comparen amb aquells que no en tenen i solen valorar als membres del seu grup (endogrup) de forma més positiva que als membres de l'altre grup (exogrup). El fet de no tenir mòbil pot tenir implicacions socials negatives com ara la pèrdua de contacte amb el grup d'iguals o, fins i tot, sentiment d'aïllament social.

Les dades obtingudes mitjançant qüestionaris mostren que un bon percentatge de les noies d'entre 12 i 16 anys manifesten que els resulta *molt difícil* viure sense el telèfon mòbil, mentre que entre un bon percentatge dels nois ho és viure sense els videojocs. En explorar aquesta qüestió en els grups de discussió de nois i noies, els vàrem plantejar si serien capaços de viure sense el telèfon mòbil. Aquesta qüestió va ser originalment plantejada per Naval, Sádaba i Bringué (2002) a un grup de joves d'entre 15 i 18 anys. Aquest estudi va concloure que la majoria dels nois i les noies navarresos no acceptarien viure un dia sense el seu telèfon mòbil. En la nostra recerca també hem comprovat que la majoria dels adolescents de 12 a 16 anys han manifestat que **no** podrien **viure sense aquest aparell** (vegeu Esquema 3 cont. del capítol IV, pàgina 244) per raons com la *por a quedar-se incomunicats*, sobretot, amb els amics. Anteriorment, hem pogut constatar que un dels principals motius que porta als joves a disposar d'aquesta tecnologia té a veure amb el fet de mantenir les relacions i la comunicació amb el seu grup d'iguals. Per tant, els adolescents consideren que no disposar de mòbil els impediria comunicar-se amb la mateixa facilitat.

D'altra banda, com ho constaten les dades aportades per altres estudis realitzats a Espanya i a d'altres països, presentades en el capítol II, el telèfon mòbil és un *símbol identitari* pels joves de la generació de les noves tecnologies com explica una noia de 14 anys: "No sé, és que jo penso que sense el meu mòbil no seria jo". Segons Suoninen (2001) els adolescents són conscients que disposar de determinats aparells tecnològics els atorga *estatus* i els permet adquirir importància entre el grup d'iguals.

Alguns dels adolescents consideren que els nois i noies que **no podrien viure sense aquest aparell** és perquè tenen certa *dependència o addicció* a aquesta NTIC ("Jo crec que la gent que té mòbil i no el pot deixar estar...és que estan enganxats...no poden viure sense ell", noi de 13 anys). Les dades de la nostra recerca no ens han permès fer una anàlisi en profunditat sobre el fenomen de la dependència a les NTICs com el telèfon mòbil. Per aprofundir en aquest tema, autors com Viñas (2005) han descrit amb major detall els usos i els abusos d'algunes tecnologies com Internet i el telèfon mòbil.

Finalment, uns quants adolescents que consideren que **sí que podrien viure sense el telèfon mòbil**, argumenten motius com el que assenyala un noi de 12 anys ("Sí, però seria qüestió d'acostumar-se, com tot") o perceben que realment no és una eina *tan imprescindible* per viure. Dins els que estan d'acord en poder viure sense aquest aparell, identifiquem un subgrup que considera que es podria estar sense mòbil amb el condicionant de la *temporalitat* ("Jo crec que seria veure-ho...estar una temporada a veure què passa i ja ho veus", noia de 14 anys).

Autoavaluació que les noies fan sobre la informació de que disposen i sobre l'interès que mantenen vers el telèfon mòbil: Argumentacions dels adolescents i dels progenitors del canvi d'actitud de les noies observat en els darrers anys cap a aquesta tecnologia

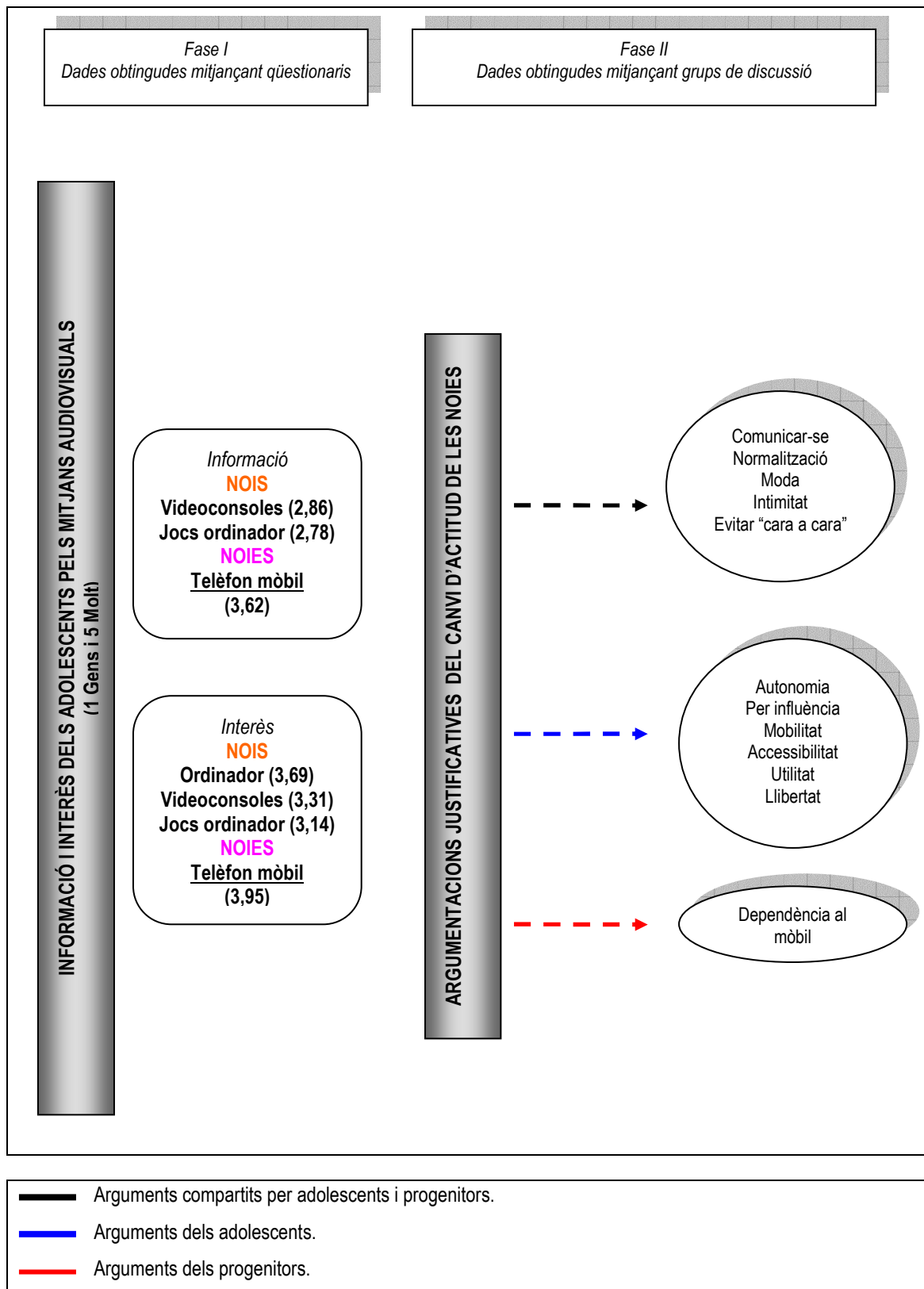
Com s'observa a la part esquerra de la Figura 5 de la pàgina següent, l'interès actual i el nivell d'informació dels adolescents respecte els mitjans audiovisuals explorats (objectiu 1.3 i 1.4 de l'apartat 3.3.1, pàgina 173) presenten, en general, diferències entre nois i noies. En anteriors investigacions, els nois es mostraven molt més entusiasmats per les tecnologies en general, mentre que les noies en mostraven un menor interès, tal i com queda recollit en l'estudi de Casas, Figuer *et al.* (2007) sobre la penetració dels mitjans audiovisuals en les cultures adolescents des de l'any 1999 fins el 2003 a Catalunya. Així mateix, alguns estudis transculturals (Krotz i Hasebrink, 2001) posen de manifest com els nois semblen estar més orientats cap a les tecnologies que les noies. En paraules dels investigadors alemanys Oskman i Rautiainen (2002) semblaria que les noies mostrarien un cert determinisme tecnològic i poc entusiasme per les NTICs.

Els nostres resultats suggereixen que els nois manifesten estar significativament més informats i interessats per tecnologies com els ordinadors, les videoconsoles i els videojocs per a ordinador. No obstant això i, confirmant tendències observades en anteriors investigacions a Catalunya (Amoròs *et al.*, 2002) i en altres països (Suess *et al.*, 1998), les noies de la nostra mostra manifesten estar significativament més interessades i informades que els nois per altres tecnologies com el telèfon mòbil.

Per altra banda, sembla que el fet d'estar informat i/o interessat pel telèfon mòbil també està relacionat amb estar-ho per d'altres tecnologies. Segons els resultats obtinguts, els nois i les noies que han manifestat estar més *informat*s pel telèfon mòbil també ho estan per la resta de mitjans explorats (la televisió, l'ordinador, els jocs d'ordinador i les videoconsoles). Mentre que, els adolescents que han manifestat estar més *interessats* pel telèfon mòbil no estan necessàriament interessats per les videoconsoles i els jocs d'ordinador, però sí que generalment ho estan per l'ordinador, la televisió i Internet.

Globalment, sembla constatar-se un cop més que la cultura dels nois està més relacionada amb els jocs i l'acció en general i la de les noies està més centrada, com hem vist abans, en les relacions i les converses, fet que es pot confirmar pel seu major ús d'algunes facilitats que ofereixen tecnologies com l'ordinador (chats, messenger o correu electrònic) o el telèfon mòbil (els SMS) (vegeu Suoninen, 2001).

Figura 5.- Esquema analític de les autoavaluacions de les noies sobre la informació i l'interès que tenen vers el telèfon mòbil i els arguments justificatius del canvi d'actitud de les noies observat en els darrers anys cap a aquesta tecnologia



Amb l'aparició de tecnologies més relacionals com el telèfon mòbil, els ordinadors i algunes de les seves facilitats com Internet, s'ha pogut observar un important *canvi d'actitud de les noies cap a aquestes tecnologies* (temàtica 2 de l'apartat 3.4.1, pàgina 179). En explorar aquesta qüestió en els grups de discussió, els pares i adolescents ens han aportat diferents arguments justificatius d'aquest canvi d'actitud de les noies (vegeu Esquema 2 del capítol IV, pàgina 235) que hem agrupat en quatre grans temes (vegeu part dreta de la Figura 5 de la pàgina anterior):

- a) La manera de ser de les noies és el primer argument que donen adolescents i pares per explicar el canvi d'actitud observat en les noies cap el telèfon mòbil. Ambdós coincideixen en afirmar que les noies tenen més *necessitat de comunicar-se*. Així ho expressa un noi de 13 anys: "És que els nois preferim més jocs que Internet i el mòbil, i les noies coses que els serveixin per a parlar" i una mare: "... que a les noies els hi agrada molt més això de xerrar entre elles perquè tant amb el mòbil com amb el Messenger... amb quatre o cinc alhora; en canvi, la videoconsola no la tocaran tant com sembla". Segons Scout i Powers (1985), el fet de poder-nos comunicar és necessari per al nostre benestar psicològic i ens ajuda a satisfer les nostres necessitats i les dels altres. Per altra banda, hi ha algunes importants evidències basades en el **gènere** referents a les *competències lingüístiques*. Les noies (i les dones) sembla ser que tenen més facilitat en introduir temes (Fishman, 1978), en emprar preguntes retòriques i en mantenir la conversa i indiquen més interès en interactuar (Treichler i Kramarae, 1983). A més, l'ajustament del temps de la conversa, la transició entre els temes de conversa i la perseverança en mantenir els temes per tal de controlar una conversa són diferents entre els nois (homes) i les noies (dones) (Sattle, 1976). Són diversos els estudis on s'ha demostrat que les dones confirmen la seva participació en la conversa més sovint que els homes i, a més, aquestes expressen el seu interès a través de la manipulació i les pauses al llarg de la conversa i empen interjeccions com ara "mm" o "sí" (vegeu Clark i Brennan, 1991; Johnstone *et al.*, 1995). Moltes d'aquestes característiques han estat també estudiades en l'ús del telèfon (Rakow, 1988, 1992). Aquestes explicacions podrien tenir a veure amb un canvi d'actitud de les noies cap a determinades tecnologies, com el mòbil. Possiblement, el millor domini de les habilitats psicolingüístiques fa que el mòbil s'hagi convertit per a elles en una eina facilitadora de les seves relacions (Ling, 2004b).

Per altra banda, els adolescents consideren que les noies tenen la necessitat de *créixer més ràpid* que els nois tal com ens diu un noi de 15 anys: “Perquè volen ser més grans...d'hora...jo penso...i és clar, tot això vol dir ser més gran? Doncs ho fan...tenir un mòbil, sortir per les nits, dur minifaldilla perquè «els nois es fixin en mi, em mirin» [referint-se a les noies]... no sé”. També consideren que les noies són més *susceptibles i influenciables* a la publicitat, com argumenta un noi de 14 anys, i és per això que utilitzen molt més el telèfon mòbil (“Les noies sembla que siguin més influenciables a la publicitat, no? ...no ho sé... són més influenciables a la societat, no ho sé”).

Pel que fa als progenitors, el principal argument que expressen té a veure *amb la dependència* de les noies cap al telèfon mòbil, considerant que és diferent en el cas dels fills i de les filles. Per exemple, una mare diu: “La meva, amb el que és Internet, el mòbil... és un no parar. En canvi, el nen té missatges i ni els obre i, és diferent, es mor per jugar a jocs d'ordinador”.

- b) Les dinàmiques socials: aquest segon argument té a veure amb les transformacions socials que ha causat l'aparició d'aquesta tecnologia. En aquest sentit, és interessant destacar que tant els adolescents com els progenitors que han participat en els grups de discussió han posat de manifest que el telèfon mòbil és un aparell que *s'ha posat de moda* i s'ha convertit en una *pauta de comportament (norma)* entre els adolescents i el grup d'iguals (“Doncs que ara forma part de la vida de cada dia.. i abans no tant.. abans era més una cosa que era com a hobby.. i les coses eren més tècniques i no ens agradava.. als nois sí.. però a nosaltres no...”, noia de 14 anys).

En termes de processos de diferenciació categorial (Doise, Deschamps i Mugny, 1980), podríem suggerir que tenir telèfon mòbil propi o no tenir-ne podria ser un element diferenciador entre el propi grup i la resta de grups socials. En aquest sentit, els adolescents identifiquen aquesta tecnologia com un símbol identitari i que, alhora, els diferencia del grup dels adults. Segons Munné (1995), la *moda* consisteix en la difusió simultània i successiva de pautes de comportament social, que s'estableixen generalment com a usos. En aquest sentit, Harris (1973) assenyala que les modes reflecteixen els interessos i els valors que en un moment donat dominen en la societat. Trobant-nos immersos en la “societat digital”, la “societat xarxa” o la “societat de la informació”, és d'esperar que les NTICs com a mitjans de comunicació social de masses siguin objecte de moda per alguns sectors de la població ja que reflecteixen alguns

valors postmaterialistes de la societat actual. A més, l'imparable avenç tecnològic accelera el temps social i els *mass media* donen a conèixer ràpidament i per tot arreu els models emergents, accelerant i generalitzant la seva imitació.

Malgrat la majoria dels adolescents dels grups de discussió manifesten estar d'acord en que dinàmiques socials com la *moda* o la *normalització* de l'ús del telèfon mòbil han estat un motiu important que ha fet que les noies es mostrin més entusiasmades cap a les NTICs, hem identificat uns quants subjectes en diferents grups que es van mostrar *contraris als avenços tecnològics*. Concretament, uns quants nois mostren una **actitud negativa** enfront l'ús generalitzat de tecnologies com el mòbil, l'ordinador o Internet. Un noi de 15 anys ho defineix com a *trastorn social* ("És un trastorn social... tenir mòbil... tenir l'ordinador connectat a Internet tot el dia, és una forma d'estar disposat tot el dia") i un altre de 16 anys es refereix a com *la societat del consum crea en els individus unes necessitats* que abans no tenien però que un cop apareixen és indispensable viure sense elles ("Jo crec que és culpa de com s'ha enfocat, dels mitjans i la societat, s'ha fet veure que el mòbil és una cosa indispensable... i ara... qui és que no té mòbil?").

- c) Les avantatges que ofereixen aquests aparells. Segons Suoninen (2001), a mesura que els adolescents es fan conscients de les *avantatges* que els ofereixen algunes NTICs com el telèfon mòbil, aquests aparells es converteixen en objectes desitjables pels nois i les noies. Una de les principals avantatges que els adolescents i els pares del nostre estudi han destacat que ofereix als joves el telèfon mòbil té a veure, en primer lloc, amb el fet de *mantenir la seva intimitat i privacitat* ("Perquè el Messenger saps que el que escriuràs allà no ho escoltarà ningú.", noia de 14 anys) i, segonament, que els permet *evitar* en determinades situacions com *comunicar-se "cara a cara"*. Sembla ser, però, que aquest aspecte és més valorat pels adolescents ("... i amb el mòbil pots dir coses que en persona no pots dir... i si ho poses al mòbil no et sents... et sents més protegit", noia de 15 anys) que no pas pels pares que ho veurien com quelcom menys positiu ("... fins i tot les coses que s'haurien de dir a la cara... Sí, i perdre l'esperit de la trobada, no?", mare). A més d'aquestes dues avantatges, els adolescents en destaquen dues més: la *mobilitat* en el sentit que et pots endur el telèfon mòbil a qualsevol lloc i el fet que actualment qualsevol pot *accedir* a disposar d'aquest aparell degut a motius com la disminució del seu cost.

- d) El canvi d'actitud experimentat pels progenitors ha estat un darrer argument aportat pels adolescents participants en els grups de discussió. Consideren que els pares i les mares han experimentat un canvi d'actitud cap a les NTICs en el sentit que actualment els progenitors *perceben la importància de la utilització de les tecnologies* per part dels seus fills. Així ho expressa una noia de 14 anys explicant el canvi observat en els seus pares: "Fa tres anys enrere no tenia mòbil, ni Internet ni ordinador perquè els meus pares em deien: «Per què necessites mòbil? Si és una xorrada». D'altra banda, també consideren que actualment els pares són més *permissius amb les filles i els donen més llibertat* que fa uns anys enrera ("Ara les noies són més adultes... són noies... però més... més... mmm... més. Abans les noies feien el que els pares els deien i ara els pares els permeten més coses", noi de 13 anys).

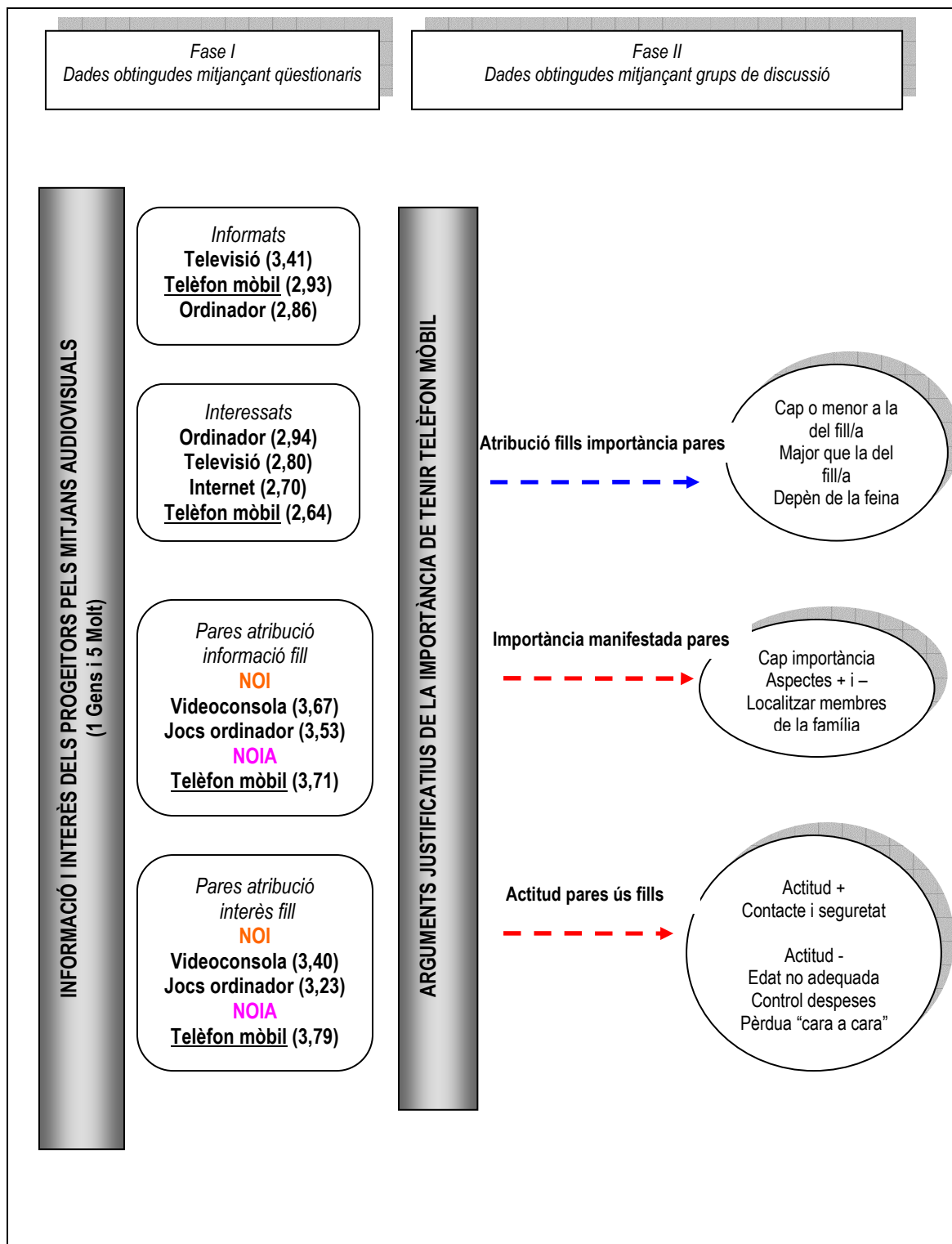
Autoavaluacions que els progenitors fan sobre la informació que disposen i sobre l'interès que tenen vers el telèfon mòbil: Les raons manifestades pels adolescents i els progenitors per disposar d'aquest aparell

En la primera fase de la recerca, com s'ha apuntat anteriorment, vàrem administrar qüestionaris als progenitors de nois i noies de 12 a 16 anys. Hem explorat quatre objectius complementaris (vegeu apartat 3.3.2, pàgina 175) per tal de comparar les respostes de pares i fills. En la Figura 6 de la pàgina següent presentem, a la part esquerra, els resultats referents a l'autoavaluació de la informació i l'interès que pares i mares manifesten disposar respecte una sèrie de mitjans audiovisuals i les atribucions dels progenitors respecte la informació i l'interès del propi fill o filla respecte els mateixos mitjans. A la part dreta, podem observar els arguments referits a l'atribució que els fills fan respecte la importància que creuen que pels seus pares té el telèfon mòbil, així com les argumentacions dels progenitors en relació a importància que per a ells té aquesta tecnologia i la que creuen que té pels seus fills (atribucions) (temàtica 3 de l'apartat 3.4.1, pàgina 179).

En analitzar el **nivell d'informació** manifestat pels **progenitors** en relació al telèfon mòbil, bo i comparant-lo amb altres mitjans audiovisuals, s'observa que, en general, els **progenitors** manifesten estar **més informats** sobre el què fan o miren amb la televisió i el mòbil, com els dos mitjans més destacats. Quedant en darreres posicions del llistat de mitjans els jocs, ja siguin de videoconsola o d'ordinador. Si comparen aquests resultats amb els identificats per Amorós *et al.* (2002), podem apreciar que actualment els progenitors disposen de més informació sobre el telèfon mòbil que fa uns anys (l'any 2001 els pares es mostraven més informats per la televisió, pels ordinadors i, en tercer lloc, pel telèfon mòbil). Considerant aquesta dada podem suggerir que el creixent interès dels pares per estar més informats sobre tecnologies com el telèfon mòbil pot estar relacionat amb, per una banda, la ràpida expansió del telèfon mòbil, sobretot, entre la població adolescent i, per altra banda, amb el fet que considerin que per a mantenir-se en contacte amb els familiars (i principalment amb els fills adolescents) és necessari disposar d'informació sobre com utilitzar aquesta tecnologia.

En considerar *quin dels progenitors ha contestat el qüestionari*, no hem observat diferències significatives respecte el nivell d'informació pels diferents mitjans. Els resultats sí que han mostrat que *hi ha diferències* en avaluar les respostes donades quan es tracta d'un *progenitor d'un noi o d'una noia*. En aquest sentit, són els progenitors d'un noi els que manifesten estar més significativament informats sobre les videoconsoles.

Figura 6.- Esquema analític de les autoavaluacions dels progenitors en relació a la informació i l'interès que tenen vers el telèfon mòbil i les raons manifestades per disposar d'aquest aparell



- Arguments dels adolescents.
- Arguments dels progenitors.

Pel que fa a l'**interès actual** que els **progenitors** han manifestat tenir respecte el mòbil, també s'ha avaluat: el propi interès que els progenitors tenen sobre els sis mitjans audiovisuals explorats i si es constaten diferències en funció de quin dels dos progenitors ha constatat el qüestionari i en funció del gènere del fill.

L'any 2001, els pares i les mares situaven el telèfon mòbil com una de les tecnologies (juntament amb els videojocs per a ordinador i les videoconsoles) que menys els interessava en aquell moment (Amorós *et al.*, 2002). Els nostres resultats no difereixen massa dels trobats per aquests autors, ja que els progenitors de la nostra mostra, de tots els mitjans audiovisuals explorats, manifesten estar més **interessats** pels ordinadors, la televisió, Internet i el mòbil. I, de la mateixa manera que en el cas del nivell d'informació, manifesten un menor interès pels jocs –de videoconsola i d'ordinador. Considerant *quin dels progenitors ha estat contestat el qüestionari*, els resultats posen de manifest que hi ha diferències significatives quan contesten el pare i la mare conjuntament, mostrant major interès per la videoconsola i Internet. Finalment, en avaluar les respostes donades quan es tracta *d'un progenitor d'un noi o d'una noia* les diferències observades no són significatives.

Respecte a les **atribucions que els progenitors** fan en relació al **nivell d'informació** que creuen que els seus fills tenen respecte els diferents mitjans els resultats ens mostren que no hi ha diferències en funció de quins dels dos progenitors ha contestat el qüestionari. Considerant el gènere del fill o la filla, els resultats evidencien que els progenitors atribueixen *major nivell d'informació als nois (fills)* del que en realitat aquests han manifestat tenir respecte a la videoconsola i als jocs d'ordinador, mentre que, en el cas de *les noies* els atribueixen major nivell d'informació respecte al telèfon mòbil.

Per acabar, en relació a les **atribucions que els progenitors** fan sobre l'**interès actual** que creuen que els seus fills/es tenen, els resultats també ens mostren que hi ha diferències: (a) en funció de quins dels dos progenitors ha contestat el qüestionari i (b) en funció de gènere del fill. Quan són les *mares* les que contesten soles el qüestionari, tendeixen a sobrevalorar l'interès dels fills/es respecte el telèfon mòbil. Considerant el gènere del fill o la filla, els resultats evidencien que els progenitors atribueixen *major interès als nois (fills)* del que en realitat aquests han manifestat tenir respecte a la videoconsola i als jocs d'ordinador, mentre que, en el cas de *les noies* els atribueixen major nivell d'informació respecte al telèfon mòbil.

Amb l'objectiu d'aprofundir en aquests aspectes, hem preguntat en la segona fase de la recerca (vegeu part dreta Figura 6, pàgina 292), *la importància que pares i fills atorguen al telèfon mòbil i les atribucions que uns i altres fan en relació a aquest aspecte*. Tal com està àmpliament debatut en la literatura científica (Bressand i Distler, 1995), hi ha persones *apocalíptiques* enfront les NTICs i persones *integrades* o *conformistes*. En explorar les atribucions que els adolescents fan respecte **la importància que creuen que els seus pares atorguen al telèfon mòbil**, es reflecteix aquesta dicotomia de fons tant en els arguments dels adolescents com en els dels propis progenitors. Es manifesta amb força que, sovint, en una mateixa família, l'actitud enfront el telèfon mòbil de cada generació és molt diferent, informant els nois i les noies que hi ha progenitors *desinteressats* per aquest aparell ("La meua mare es va comprar un i no l'usa mai. Alguna vegada... però no sé, poc... si ha de trucar a algú far servir el del pis", noi de 13 anys), o fins i tot reactius, i progenitors *obsessionats* per les tecnologies *que s'emporten el seu mòbil fins i tot al lavabo* (noia de 15 anys). En algun cas, també trobem pares *conformistes* que tenen aquest aparell per obligacions laborals ("El meu pare, per exemple, té el mòbil com un instrument de treball", noi de 15 anys).

En contrast, alguns dels progenitors argumenten que per a ells el telèfon mòbil no té *cap importància* i que fins i tot *es pot viure sense mòbil*, com assenyala un pare. D'altres progenitors consideren que aquest aparell té aspectes *positius i negatius* i que cal valorar-los, així ho explica aquesta mare: "Són noves tecnologies... i ens hi adaptem... i, cuidado, que ho defenso, eh? I, és clar, si estem entrant en aquesta dinàmica de consumisme... cap a on talles? Jo encantada de tirar el mòbil a la bassa com tu deies... però qui és el primer que llença el mòbil? Tu o jo?". Finalment, trobem llars en que el telèfon mòbil és important pels pares ja que els permet *saber on està* el fill o la filla ("A mi em va molt bé el mòbil. En el meu cas som quatre a casa i moltes hores del dia estem desperdigats. Si sé que només amb un número ens trobem els quatre, jo trobo que és... com un tresor, una cosa a la butxaca que et posa amb els de casa en un moment").

Des del punt de vista dels progenitors, hem identificat clarament dos posicionaments: els que tenen una actitud positiva en relació al fet que els fills disposin d'un telèfon mòbil i els que tenen una visió més negativa. En el primer cas, l'objectiu més prioritari dels pares se centra en la necessitat de mantenir el *control i la seguretat dels fills*. Un pare ho argumenta de la forma següent: "Hi ha un mòbil per si ha de sortir... i si surt... s'emporta el mòbil". Sembla ser que aquests dos aspectes no només són altament valorats pels progenitors catalans del nostre estudi, sinó que aquesta dada també es corrobora a Navarra (Naval, Sádaba i Bringué, 2003) i a d'altres països com Finlàndia (Oskman i Rautiainen, 2002) o Gran Bretanya (Haddon, 2002; Green, 2002). Respecte els progenitors que

tenen una actitud més negativa cap aquest aparell, sembla ser que compartien la representació social de que l'adolescència és una etapa en la que *encara no tenen edat* per tenir aquest aparell o no els creuen *capaços de gestionar les pròpies despeses*.

El fet de recollir dades mitjançant qüestionaris respecte l'autoavaluació de la informació i l'interès dels adolescents (Figura 5, pàgina 286) i dels progenitors (Figura 6, pàgina 292) ens permet realitzar una anàlisi comparativa de les mateixes. En la Taula 36 podem observar quines són les principals diferències entre els adolescents, els seus progenitors i les atribucions que aquests darrers fan dels seus fills respecte a:

Taula 36.- Autoavaluació de la informació i l'interès mostrat per progenitors i fills envers el telèfon mòbil

INFORMACIÓ RESPECTE ELS DIFERENTS MITJANS AUDIOVISUALS			INTERÈS PELS DIFERENTS MITJANS AUDIOVISUALS		
Adolescents	Progenitors	Atribucions dels progenitors als seus fills	Adolescents	Progenitors	Atribucions dels progenitors als seus fills
Internet	Televisió	Mòbil	Internet	Ordinador	Ordinador
Mòbil	Mòbil	Ordinador	Mòbil	Televisió	Internet
Televisió	Ordinador	Televisió	Ordinador	Internet	Mòbil
Ordinador	Internet	Internet	Televisió	Mòbil	Televisió
Jocs per ordinador	Jocs per ordinador	Jocs per ordinador	Jocs per ordinador	Jocs per ordinador	Jocs per ordinador
Videoconsola	Videoconsola	Videoconsola	Videoconsola	Videoconsola	Videoconsola

Tal i com succeïa en anteriors investigacions desenvolupades per Casas, Alsinet *et al.* (2000) i Amorós *et al.* (2002), en aquesta tesi els resultats posen de manifest com el nivell d'informació i d'interès autoavaluat entre progenitors i fills presenta algunes diferències i algunes similituds. En primer lloc, podem observar com l'ordre del rang de la llista de mitjans respecte els que els **adolescents** manifesten estar **informat** es correspon de manera molt similar amb l'**interès** que aquests mateixos manifesten. Amb l'excepció únicament de la televisió i l'ordinador. Els adolescents manifesten estar més informats sobre la televisió –situant-la en el tercer lloc de la llista de mitjans– però, en canvi, mostren més interès en l'actualitat per l'ordinador, que ocupa també el tercer lloc del rang de mitjans.

Ara bé, quan ens fixem en la **informació** i l'**interès actual** manifestat pels seus **progenitors**, podem veure com l'ordre d'importància varia entre aquests dos aspectes. Així, observem com els quatre mitjans sobre els quals estan més informats són la televisió, el mòbil, l'ordinador i Internet i, per contra, els quatre mitjans que més els interessen són l'ordinador, la televisió, Internet i el mòbil. Per tant, sembla que l'ordre no és el mateix en relació a la informació i l'interès mostrat pels mitjans.

Una de les possibles interpretacions que es poden fer respecte al fet que la informació i l'interès pels diferents mitjans sembla que no sigui igual per a fills/es i pels seus progenitors podria tenir a veure amb la funcionalitat que aquests els atribueixen. És a dir, els nois/es situen en els primers llocs –tant en informació com en interès- aquells mitjans audiovisuals que consideren que els aporten més entreteniment i diversió (Suoninen, 2001) i, en canvi, els progenitors situen en els primers llocs aquells mitjans que consideren més útils a l'hora de desenvolupar la seva feina, sobretot, pel que fa al seu interès. Tot i això, en els cas dels nois/es, cal destacar que situen els jocs per ordinador i les videoconsoles - aparells relacionats amb aspectes més recreatius- en els darrers llocs.

Globalment, la discussió d'aquests resultats comparatius entre pares i fills ens permet observar com les diferències en les seves preferències s'aguditzen:

✓ En relació al **nivell d'informació** que uns i altres manifesten tenir, podem observar com els joves s'informen més sobre aquells mitjans que els resulten més atractius i els proporcionen més moments d'oci; situant l'ordinador en quart lloc per motius, com podrien ser, l'associació d'aquest mitjà a tasques més acadèmiques. Pel que fa als seus progenitors, cal destacar que situen la televisió en primer lloc, possiblement perquè és una de les “velles tecnologies” desenvolupada durant la seva generació, de la mateixa manera que ho és el mòbil pels seus fills en l'actualitat. Pels altres tres mitjans –mòbil, ordinador i Internet- podem suggerir que els situen en el rang en funció del seu ús en la feina.

✓ Respecte l'**interès actual** mostrat pels mitjans explorats, en les respostes dels adolescent es dona una certa correspondència amb el nivell d'informació manifestat respecte aquests. En canvi, pels seus progenitors no. En primer lloc, podem observar com aquests darrers manifesten més interès per tecnologies una mica més antigues –ordinador i televisió- mentre que Internet i el mòbil – tecnologies desenvolupades més recentment- sembla ser que no els interessin tant. El fet que els progenitors manifestin disposar de major informació respecte mitjans com el mòbil i Internet, malgrat manifestin que no són els mitjans que més els interessa, pot tenir a veure amb que es preocupin per conèixer més a fons les tecnologies que habitualment utilitzen els seus fills. Si bé els resulta més difícil poder controlar-ne el seu ús, una bona manera de poder millorar la comunicació amb els fills entorn aquests mitjans audiovisuals és mantenir-se informat i conèixer les seves possibles aplicacions. Per altra banda, que els pares i mares es mostrin més interessats per tecnologies com la televisió o l'ordinador s'explica pel fet que són mitjans que coneixen des de fa més temps i, per tant,

en dominen el seu ús i, en el cas dels ordinadors, segurament una bona part de progenitors l'empra com a eina habitual de feina.

✓ Finalment, cal destacar que un dels aspectes que tenen en comú les respostes dels joves i les dels seus progenitors és que ambdós posicionen en el darrer lloc del rang els jocs d'ordinador i les videoconsoles. Casas l'any 1997 va poder mostrar en una recerca desenvolupada amb una mostra de pares i mares de classe mitjana de la ciutat de Barcelona, com més del 50% dels progenitors va manifestar *no parlar mai* amb el seu fill o filla sobre el què feien amb els videojocs, malgrat mostrar cert entusiasme pel joc (Casas, 2001). Segons l'autor, aquest aspecte és un clar exemple de les representacions socials que els adults ens fem dels infants/adolescents centrades en el nucli figuratiu del *encara-no competents* per ensenyar coses als *ja-competents*. Seguint aquesta línia de recerca, seria d'interès aprofundir en posteriors investigacions basades en tècniques de caire més qualitatiu (com els grups de discussió) per tal d'explorar per quines raons porta als progenitors a no mantenir converses amb els fills entorn aquest mitjà, malgrat mostrar cert entusiasme en compartir jocs amb els fills.

Quan els progenitors realitzen atribucions respecte **el nivell d'informació i l'interès** que creuen que **el seu fill o filla** té respecte els mitjans, s'observa una tendència general a sobrevalorar-los, aquestes atribucions, són diferents en funció de si els seus fills són un noi o una noia. Aquestes dades són congruents amb les trobades per Casas, Figuer, González i Malo (2007).

Tant pels adolescents com pels seus progenitors resulta que el telèfon mòbil és el segon mitjà sobre el que manifesten estar més **informat**. No obstant això, els progenitors tendeixen a atribuir als fills una major informació respecte el mòbil –en comparació amb la resta de mitjans explorats– de la que en realitat els nois i noies diuen tenir. També en **l'interès** mostrat per uns i altres, s'observa com els joves, en general, l'assenyalen com el segon mitjà que més els interessa. En canvi, els seus progenitors el situen per sota de tres mitjans –l'ordinador, Internet i la televisió– quant a interès. Finalment, en aquest cas, els progenitors infravaloren l'interès actual dels seus fills pel mòbil.

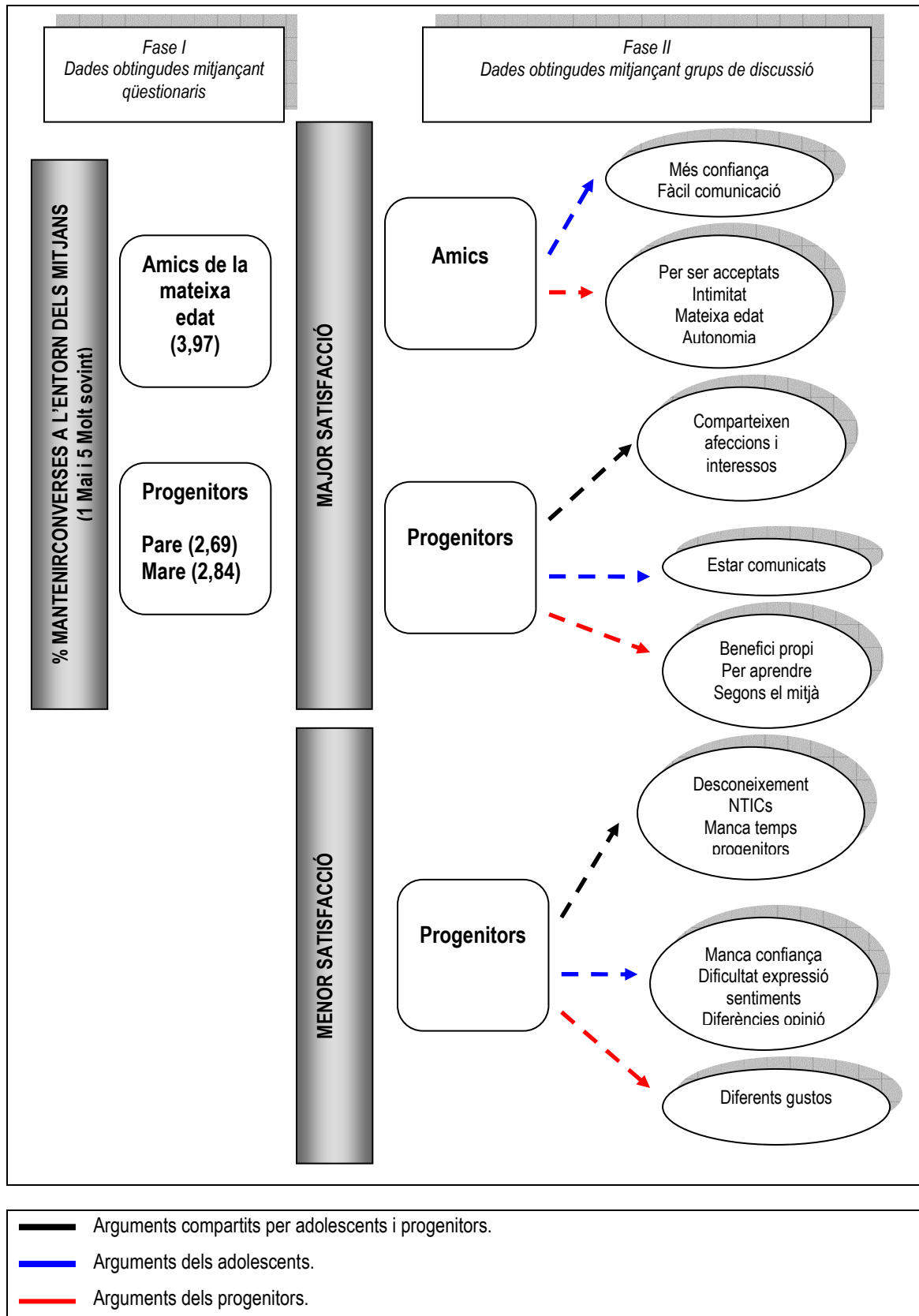
La freqüència amb que els adolescents mantenen converses amb diferents persones a l'entorn dels mitjans audiovisuals: Arguments per justificar la in/satisfacció expressada amb aquestes converses amb els progenitors i els amics

En la Figura 7 (pagina següent) relacionem les respostes que han manifestat els adolescents referents a la freqüència amb la que mantenen converses amb diferents persones del seu entorn (*pare, mare, professors, germans i amics*) en relació als mitjans audiovisuals (objectiu 1.6 de l'apartat 3.3.1, pàgina 173) i els arguments que justifiquen la major o menor satisfacció que aquestes converses els aporten (temàtica 1 de l'apartat 3.4.1, pàgina 179). Els resultats obtinguts van en la línia dels trobats per Casas *et al.* (2000) en el sentit que els adolescents manifesten que **parlen o es comuniquen amb major freqüència** amb els *amics de la mateixa edat*, seguit dels germans i dels amics més grans. Essent amb els *adults* en general, és a dir, amb els progenitors –menys amb el pare que amb la mare- i els professors amb els que manifesten parlar amb menor freqüència sobre les diferents activitats que desenvolupen amb els diversos mitjans audiovisuals explorats.

En aquesta mateixa línia també es confirmen les *diferències de gènere* en la freqüència de la comunicació amb els amics de la mateixa edat, la mare i els professors. Són les **noies** les que més freqüentment parlen d'aquests temes amb els amics de la mateixa edat, la mare i els professors, en comparació als nois. Així mateix, s'observa com el fet de *disposar d'un mòbil o no disposar-ne té a veure* amb les preferències dels adolescents a l'hora de parlar amb diferents persones sobre els diferents mitjans audiovisuals explorats. Segons els resultats són els adolescents que **tenen mòbil propi** els que manifesten parlar amb més freqüència amb els amics –ja siguin de la mateixa edat o més grans- mentre que els que no en tenen parlen més freqüentment amb els germans.

Malgrat avaluar amb quines persones els adolescents mantenen més freqüentment converses a l'entorn dels mitjans, en els qüestionaris que vàrem administrar en aquest estudi no es va explorar la major o menor satisfacció a l'entorn d'aquestes converses. Per aquest motiu, vàrem decidir aprofundir en aquesta qüestió mitjançant grups de discussió. Ara bé, anteriors investigacions realitzades amb una mostra d'adolescents i progenitors catalans (Casas *et al.*, 2000) i amb dades comparatives de cinc països (Casas, Mjaavatn *et al.*, 2007) mostren com els nois i les noies se senten més satisfets quan mantenen converses amb els *amics de la mateixa edat* i menys satisfets quan en parlen amb els *adults*, particularment, amb els progenitors i els professors. Coincidint amb aquests resultats, les argumentacions expressades per bona part dels adolescents en els grups de discussió mostren clarament que estan **més satisfets en mantenir converses amb els seus iguals**.

Figura 7.-Esquema analític de la freqüència amb que els adolescents mantenen converses sobre els mitjans audiovisuals amb diferents persones i les raons de la major o menor satisfacció expressada amb aquestes converses amb els progenitors i els amics



Algunes de les argumentacions que ens ofereixen els nois i les noies dels grups de discussió, tenen a veure amb el fet que amb els amics tenen *més confiança* per parlar d'aquests temes i, a més, els resulta molt *més fàcil comunicar-se* que no pas amb els pares. Així ho il·lustra la següent cita: “És més fàcil parlar amb una persona que té la teva edat que no amb un adult” (noia de 13 anys). Amb aquesta cita, entenem que ens remet directament a una de les característiques del comportament dels grups: el *favoritisme intragupal* (Tajfel, 1970; Tajfel i Turner, 1979). Amb aquestes argumentacions s'evidencia que els adolescents d'aquestes edats semblen mostrar una forta identificació social amb el grup d'iguals, que es confronta amb el grup d'adults quan es tracta de parlar d'aquestes qüestions “amb confiança”.

Per la seva banda, els progenitors aporten altres motius més relacionats amb l'etapa de desenvolupament en que es troben els fills (l'adolescència) com ara: *l'edat*, la necessitat que els nois i noies tenen en aquestes edats de ser *acceptats pel propi grup* o la creixent necessitat de tenir major *intimitat i autonomia*. Un pare ho explica de la manera següent: “Aspira a aquesta intimitat. El fet de tenir coses que entre ells poden parlar, que són seves ...”.

Aquestes argumentacions aportades pels progenitors i pels fills també es relacionen amb un dels principis de la *GS Theory* formulats per Harris (1995), segons el qual els adolescents fora de la llar s'identifiquen amb el grup dels iguals. És a dir, amb un grup de persones amb les que comparteixen una sèrie de característiques com l'edat, el gènere, entre d'altres, i en el cas dels adolescents també comparteixen habilitats, interessos i afeccions.

No obstant això, alguns participants adolescents i alguns dels progenitors dels grups de discussió coincideixen en manifestar que, de vegades, **pares i fills sí que mantenen converses** a l'entorn dels mitjans audiovisuals. Els motius, però, són dispars. Algun adolescent argumenta que mantenir converses amb els progenitors és una *activitat habitual* (per exemple, “Jo bueno... tot el que faig l'hi explico als meus pares i ells m'aconsellen si està bé o malament“..., noia de 14 anys), mentre que d'altres diuen que ho fan però només *amb un dels progenitors* ja que el consideren més expert en el tema.

Pel que fa als progenitors, consideren que si pares i fills mantenen converses, sovint, pot ésser per algun motiu que té a veure amb *obtenir algun benefici, per aprendre els uns dels altres i en funció del tipus de mitjà audiovisual*. En relació a aquest darrer aspecte, tal i com s'il·lustra la següent cita d'un pare, sembla ser que els progenitors prefereixen parlar sobre aquells mitjans que ells consideren que

millor dominen: “El tipus de diàleg que tenen en la xarxa i tot això, res. Amb el tema de la televisió és diferent... mirem algun tipus de pel·lícules que ens agraden o música... perquè el tema d'Internet és pràcticament un món tancat, no?”

En conjunt, adolescents i progenitors coincideixen en argumentar que moltes vegades és més fàcil mantenir converses sobre aquells mitjans que més els *interessa i els agrada a ambdós*, tal com s'il·lustra en aquestes cites: “De vegades et vénen a explicar coses que han trobat a Internet o acudits o músiques... Sí, que intueixen que a tu et pot agradar”, mare; “... si estàs buscant una informació [a Internet] que és interessant i saps que als pares els interessa... doncs sí, hi parles i els ho expliques. Jo de vegades els explico algunes coses de política o així que he buscat... doncs en parlo amb els pares per saber la seva opinió”, noi de 15 anys.

Per tant, sembla ser que quan pares i fills mantenen converses a l'entorn de les NTICs hi hauria una tendència a *disminuir les seves diferències intergrupals* (Casas, 2006). En alguns casos, sembla ser que en la pròpia família el fet de mantenir converses entre pares i fills és una activitat habitual. Mentre que, en altres llars, els propis adolescents tendeixen a conversar amb aquell progenitor que consideren que és més competent en el tema.

En explorar el perquè de la **menor satisfacció en mantenir converses sobre mitjans amb els progenitors** manifestada pels adolescents en la primera fase de la recerca, pares i fills novament ens aporten diferents arguments. Pels adolescents, contràriament amb el que han manifestat que els passa amb els amics, el fet de no mantenir converses amb els pares sobre aquests temes té a veure amb una certa *manca de confiança* per explicar-los coses o la *dificultat per expressar els seus sentiments* (per exemple, “Tens més confiança amb la gent que t'envolta que no amb ells”, noia de 13 anys). També té a veure amb els diferents punts de vista i *opinió* que tenen els uns i els altres respecte la utilitat dels mitjans audiovisuals com apunta una noia de 14 anys: “Els ho veuen més per a treballar que no per a connectar-te amb els amics”. Els progenitors, clarament, ho veuen com una qüestió de tenir *diferents gustos* en la etapa adulta i l'adolescent. Malgrat pares i adolescents mostrin tenir punts de vista diferents en relació a aquest tema, sí que es comprova que hi ha dues raons importants que ambdós consideren que són un obstacle que dificulta la seva comunicació: per una banda, el *desconeixement dels pares envers algunes NTICs*, argumentat tant pels nois i noies (per exemple: “En la seva època no tenien res d'això... estan antiquats”, noi de 12 anys) com pels propis pares (per exemple: “A veure... jo no em puc comunicar amb els meus fills amb un mitjà de comunicació d'aquests si no hi entenc. Doncs si nosaltres no tenim coneixements o no ens interessa,

no podem tenir comunicació o una conversa”, pare) i, per altra banda, el malestar que sembla ser que uns i altres manifesten en relació a *la manca de temps que disposen els pares per estar amb els fills* (per exemple: “... perquè tenen molt més treball que nosaltres i han de treballar, han d’aixecar-se abans que nosaltres... i tenen moltes més coses que fer que nosaltres, que les nostres coses, que no interessin molt”, noia de 12 anys; “... t’ho vol explicar i tu li dius: no, ara no puc perquè he de fer això o el que sigui”, pare).

Tot i que Suoninen (2001) mostra en el seu estudi que Espanya pertany a una cultura tradicional orientada cap a la família, els resultats dels grups de discussió posen de manifest que tant els pares com els fills reconeixen que els primers disposen de poc temps per estar amb els fills i per compartir afeccions o mantenir converses. La societat acceleradament canviant sembla que està creant nous models familiars en el que els infants i els adolescents passen cada vegada menys temps amb els progenitors i més temps en companyia dels amics o amb les NTICs. Per tant, aquest buit familiar que hi ha a bona part de les llars està essent emplenat pels nois i les noies a partir de les interaccions que mantenen amb els amics a través de les tecnologies. Aquests canvis en els models relacionals i interaccionals semblarien, doncs, que estan relacionats amb el fet que alguns adolescents de 12 a 16 anys manifestin que és més difícil compartir coses íntimes amb els pares. Segons Lollis i Kuzcynski (1997), les relacions entre pares i fills han de ser recíproques i dinàmiques. Si pares i fills no comparteixen sentiments d’unitat difícilment en les seves relacions hi haurà un distribució equitativa de poder, hi haurà major dificultat per mantenir converses, jugar a jocs o compartir més temps (Russell, Petit i Mize, 1998).

Per altra banda, l’eixamplament dels contactes dels adolescents dins del propi grup de la mateixa edat i la difusió d’allò privat i de la intimitat en aquest contactes, ens fa veure com el món de la socialització comunicativa dels fills, sovint, s’escapa del control dels progenitors. Aquests darrers, difícilment controlen amb qui parlen a través del mòbil els seus fills i ni tan sols saben què és el que es diuen a través d’aquests contactes. El que significa que, no obstant les intencions de control sobre els fills per part dels progenitors, cada vegada és fa més evident que la *socialització comunicativa dels adolescents està més mediatitzada pel telèfon mòbil*. En paraules de Frones (1987), la competència comunicativa és la principal competència social de la societat de la informació i els amics i les NTICs tenen un rol central en la creació i la pràctica d’aquesta competència.

En l’avaluació de la in/satisfacció en les converses entre pares i fills, hem pogut comprovar que bona part dels nois i noies de 12 a 16 anys es manifesten contraris al fet de poder millorar *la freqüència de*

comunicació amb els seus progenitors sobre aquests temes (vegeu Esquema 1 cont. del capítol IV). És a dir, **no** manifesten el **desig de canviar** aquesta situació. Com argumenta una jove de 14 anys les coses *més íntimes* se solen explicar als amics i no als adults: “És que si és algo molt íntim o una cosa que li pots dir a un amic... no li diràs a un professor o als teus pares”. D'altra banda, la percepció que tenen els nois i noies de la *manca de competència* dels progenitors en l'ús de les NTICs és un altre factor que els porta a manifestar el desig de no voler millorar la comunicació amb el pare i la mare sobre aquests temes (“És que sóc jo que em poso nerviosa. Perquè no els entra... ja l'hi pots explicar... i diuen: però és que vas molt ràpid!”, noia de 16 anys). Un tercer argument manifestat pels adolescents té a veure amb la *incomprensió* dels progenitors de les coses que fan amb els mitjans. Així ho il·lustra una noia de 15 anys quan es refereix a la manca de comprensió dels seus pares per entendre per a què utilitza el telèfon mòbil: “El mòbil, el mòbil... et diuen: perquè necessites mòbil? Si abans que no en tenies vivies molt bé. Però no entenen que també es pot jugar, enviar missatges... mira... pensen així ells” (noia de 15 anys).

Per la seva banda, els progenitors coincideixen en argumentar que si no es mantenen converses al voltant dels mitjans audiovisuals amb els seus fills o filles és perquè aquests darrers *no mostren interès* per conversar sobre aquests temes o, com argumenta una mare, només parlen del què els interessa i quan els interessa: “Jo veig que a casa parlen només quan tenen ganes d'explicar, quan no els hi fas preguntes. A la que els faig preguntes...”. Aquests arguments suggereixen que els progenitors atribueixen aquesta responsabilitat al propi fill. Segons (Heider, 1958), aquesta atribució (causa) de responsabilitat és el pas que es dona entre l'observació d'una acció o situació problemàtica i la definició d'una causa que l'explica. En aquest cas, els progenitors sembla que tendeixen a sobreestimar els factors personals del fill, mentre que no tenen en compte altres elements com la seva pròpia motivació per mantenir converses sobre aquests temes amb el fill.

També hem pogut constatar que més que prioritzar el fet de poder mantenir converses amb el propi fill sobre el què fa o mira amb els mitjans audiovisuals, els progenitors prioritzen el fet de *controlar que l'ús i la disponibilitat d'algunes NTICs no estigui interferint en alguns aspectes de la vida dels seus fills*. Principalment, expressen dos tipus de preocupacions:

- a) Mantenir el control dels seus hàbits quotidians, com els *deures escolars* (“Vigiles que facin els deures, que estudiïn... està clar que has d'estar al damunt. «Duus una hora i mitja aquí, connectada! I hi ha altres coses que has de fer!»”, pare), que no es *trenquin les normes familiars* (“Hi ha unes normes posades i tothom les compleix, de moment.

Perquè de vegades és hora d'anar a dormir i volen mirar el programa de no sé què, doncs no. O quan fa tres hores que estan xatejant i dius: «tu, hem d'anar a sopar!». «Un moment, un moment...». I tu: «vaaaa!»”, mare) i que l'ús d'aquests mitjans no afecti *al ritme del son dels adolescents* (“Una mica de conflicte sí que hi ha, i tant que n'hi ha! Es volen quedar fins a les dotze a l'ordinador”, mare).

b) Mantenir el control dels mitjans. En aquest sentit, el que més amoïna als progenitors és que els fills *disposin de determinades tecnologies* que ells consideren que no els són necessàries, com manifesta aquest pare “A casa meva no tenen mòbil, a casa no hi ha un mòbil... té un mòbil en cas de sortir, a casa no pot tocar el mòbil. Quan estem a casa, la única cosa que pot tocar és el telèfon fix de tota la vida”. D'altra banda, els progenitors es preocupen que l'accés als mitjans sigui en zones de la llar compartides per tal d'evitar que els fills *s'aïllin a l'habitació* (“Nosaltres teníem dos opcions de ficar l'ordinador en dos habitacions diferents i vam fer la instal·lació... i l'habitació del meu fill ha quedat completament descartada. Jo no sé com serà quan sigui gran... però de moment... ni ordinador ni tele a l'habitació!””, mare). Finalment, un altre tema que mereix l'atenció dels progenitors té a veure amb el *control de les despeses* que generen els fills amb algunes NTICs (“... i no li vam regalar fins l'any passat que en tenia 13 ja ... doncs hi va haver una temporada que vam pagar molt”, pare).

Malgrat bona part de nois i noies es mostren contraris al fet d'intentar millorar la comunicació amb els seus pares, sí que hi ha adolescents i pares que manifesten el **desig** de que aquesta situació **canviï a millor**. Una noia de 16 anys manifesta que és possible parlar sobre els mitjans amb els pares ja que a ells també els agrada aprendre (“Sí, també els agrada a ells això d'aprendre coses noves”). En intentar parlar sobre aquestes activitats amb els fills una gran majoria dels pares confirmen *l'esforç i l'interès* en fer-ho. Els progenitors manifesten, primerament, que és el seu *deure com a pares esforçar-se* en mantenir converses amb els seus fills. Així ho manifesten aquests progenitors: “... per l'edat que tenen, jo diria que hauria de ser més un esforç nostre que no d'ells”, pare; “Jo considero que parlo amb els meus fills, perquè els he d'educar i m'agrada parlar”, mare. Altres progenitors consideren que la millor manera d'establir converses amb els fills sobre el què fan o miren amb els mitjans és a través de *compartir activitats lúdiques* com assenyala una mare que així ho fa quan el seu fill juga als videojocs o amb el mòbil (“Si es posa a jugar amb el mòbil o amb el videojoc de la “Play” o amb l'ordinador... si passo per allà també li comento que m'agrada”, mare),

mentre que altres consideren que el pot ajudar a fomentar la comunicació i millorar les relacions entre pares i fills és *aprendre conjuntament (el pares dels fills i els fills dels pares)*.

Globalment, els nois i noies prefereixen mantenir converses amb el seu grup d'iguals més que amb el grup dels adults i majoritàriament expressen el seu desig que aquesta situació no canviï. Segons la teoria de Harris (1995), els grups d'iguals creen la seva pròpia *cultura* seleccionant i rebutjant aspectes de la cultura dels adults creant les seves pròpies innovacions culturals. D'aquesta manera, els adolescents que se segreguen dels altres grups segons els interessos i les habilitats compartides creen el que Turner (1987) anomena *grups psicològics*, és a dir, un grup psicològicament significatiu pels seus membres, a través del qual creen les seves pròpies normes i creences respecte les conductes i actituds adequades.

El fet que els pares prioritzin el *control* de les coses que els fills fan amb els mitjans i les repercussions que consideren que el seu ús pot tenir per aquests, està estretament vinculat amb el binomi positiu i negatiu de les *representacions socials de la infància* (Casas, 2006). Cal que l'imaginari social del món dels adults canviï la representació social que té sobre la categoria social de la infància. El nucli figuratiu dels "encara no" (competents, capaços de prendre de decisions, d'autoregular-se, etc.) porta als pares a sobreprotegir als fills fins que aquests considerin que ja són adults i autònoms, per una banda, i per l'altra, a controlar-los per tal de garantir una integració social adequada del fill. Amb l'aparició de les NTICs, aquest nucli figuratiu dels "encara no" comença a trontollar ja que són els adolescents els que es mostren més competents que els adults en l'ús de les tecnologies en general. És necessari reforçar la idea que els adolescents poden ensenyar moltes coses als adults i, a rebutjar la idea que només les persones adultes tenen molt per ensenyar i poc que aprendre dels infants/adolescents.

L'autoestima i el suport social percebut de la família i dels amics: Els pot afectar a l'ús de la telefonia mòbil durant l'adolescència?

El nostre interès per explorar si els nous mitjans de comunicació com el telèfon mòbil poden influir d'alguna manera en l'autoestima i en la percepció de suport social dels adolescents de la societat actual (objectiu 4 de l'apartat 3.3.1, pàgina 174), es recolza en la perspectiva sociohistòrica (Vygotski, 1982-84; citat per del Río, 1996). Segons aquesta perspectiva la formació de la ment parteix d'uns sistemes d'activitat distribuïts socialment i mediatitzats tant socialment com instrumentalment. Si es produeixen canvis importants en aquests sistemes socioculturals d'activitat es produiran canvis correlatius en la construcció de la consciència i la ment. Una concreció d'aquest plantejament general la podem observar en els efectes dels mitjans de comunicació en les noves generacions i que encaixa amb les hipòtesis de McLuhan (1996) sobre la influència dels mitjans en les persones i les seves relacions interpersonals.

Per tant, segons aquesta perspectiva, podem suposar que els nous entorns socials que configura cada NTIC, podria tenir efectes en el desenvolupament de trets psicosocials com la identitat, l'autoestima i la percepció de suport social en els adolescents.

Del Río i Álvarez (1997) apunten que, en el marc actual de la societat acceleradament canviant, s'està produint la desaparició de les societats tradicionals i la substitució dels mitjans i contextos que han estat estables en la construcció de l'ésser humà per altres de nous i, que les característiques d'aquests nous contextos i condicions comporten una sèrie de problemes. Problemes com la transformació dels sistemes de creences, la inestabilitat i l'alteració dels grups de referència (família i comunitat), així com la irrupció exponencial de la televisió i altres mitjans de comunicació de masses com a factors enculturitzadors de primer ordre.

Del Río, Álvarez i del Río (2004) apunten que des d'una perspectiva evolutiva de l'estudi dels efectes dels mitjans sobre el desenvolupament del cicle vital de la persona, és necessari abordar els *diferents tipus de canvi*: els *canvis cognoscitius* o tecnologia de la ment; els *canvis directius* o gestió afectivomoral de la consciència i la conducta; i els *canvis reals d'activitat*, especialment els canvis en l'entorn de desenvolupament i aprenentatge.

Per altra banda, dos debats de fons estan resultant de transcendental importància en la comprensió del canvi social que comporta l'aparició de les NTICs, entre les que les tecnologies audiovisuals ocupen un lloc central: el de les noves identitats i el de la qualitat de vida.

Ambdós debats interseccionen en un territori que està rebent gran atenció recentment per part de la denominada psicologia positiva (Snyder i López, 2002): el **benestar psicològic**. En el cas de l'adolescència, l'estudi del benestar psicològic està encara en una fase molt incipient, especialment si es compara amb la disponibilitat d'estudis sobre benestar psicològic en l'etapa adulta (Huebner, 2004). Tanmateix, actualment, ja ha quedat ben establerta la relació existent entre el benestar psicològic, l'autoestima i el suport social percebut que, essent constructes psicosocials clarament diferents, tendeixen a correlacionar positivament i de manera estadísticament significativa, tot i que de forma poc elevada (Casas, Figuer *et al.*, 2007; González, 2006).

Per altra banda, al llarg del període que va dels 12 als 16 anys, les dades de les investigacions disponibles coincideixen força en observar una baixada tant en el nivell d'autoestima, com en el de benestar psicològic, amb una excepció: l'àmbit de les relacions amb els amics tendeix a pujar pel que fa referència a grau de satisfacció que proporciona, quan tots els altres àmbits de la vida tendeixen a baixar en satisfacció (Casas, Figuer *et al.*, 2007).

Aquestes dades ens han portat a una *hipòtesi* que hem plantejat a l'apartat 3.2.2 (d) (pàgina 175) per tal d'explorar la relació d'aquests constructes amb la disponibilitat de telèfon mòbil per part dels adolescents. Els nostres resultats confirmen, en part, la hipòtesis ja que hem comprovat com el fet de tenir mòbil o no tenir-ne no té relació amb l'autoestima dels adolescents, però sí que en té amb el suport social percebut per part dels amics.

En el cas de l'**autoestima**, hem observat com, en general, els **nois** tendeixen a mostrar majors puntuacions que les noies. Aquests resultats coincideixen amb els trobats per altres autors com Jaquish i Savin-Williams (1981) els quals varen constatar la diferència entre els nivells d'autoestima autoinformats per nois i noies adolescents. Aquests autors mantenen que les noies poden ser més crítiques o més sensibles que els nois a l'hora de relatar sentiments sobre sí mateixes. Els nois, contràriament, sembla ser que tenen amb més freqüència un concepte menys negatiu sobre sí mateixos. En aquest sentit, els nostres resultats apunten cap a aquesta direcció ja que són els nois els que perceben significativament una major autoestima cap a sí mateixos.

En considerar la relació entre el fet de *disposar o no d'un telèfon mòbil* i l'autoestima dels adolescents de la nostra mostra no s'han observat diferències estadísticament significatives la qual cosa ens permeten concloure que o bé no hi ha relació o bé és massa baixa o indirecta per detectar-la. Sabem a través dels diferents estudis que s'han desenvolupat al voltant d'aquest concepte, que hi ha altres

factors (gènere, l'edat, context cultural, etc.) que incideixen en la valoració que els adolescents fan de sí mateixos i que cal tenir-los en compte per tal de fer una valoració global de l'autoestima. Així, per exemple, en alguns països asiàtics com el Japó (per més detall vegeu Barri i Yu, 2002) pels adolescents i, sobretot per les noies, el telèfon mòbil està decorat i personalitzat amb diferents objectes i és un element decoratiu que complementa la seva forma de vestir. Per tant, en aquest context cultural podem suggerir que aquest aparell té important impacte en l'autoconcepte dels adolescents i dels joves. També podem apuntar que l'escala unidimensional d'autoestima de Rosenberg (1965) que hem utilitzat en aquesta tesi presenta algunes limitacions metodològiques. Per aquest motiu, resulta més apropiat utilitzar escales multidimensionals com la AF5 de García i Musitu (1999) per mesurar l'autoconcepte dels adolescents, ja que reuneix força condicions teòriques i metodològiques per indicar que es tracta d'un instrument adequat (García, Musitu i Veiga, 2006). L'escala AF5 presenta la gran avantatge que ha estat elaborada en castellà i, per tant, no és una traducció i/o adaptació d'un altre idioma fet que sol comportar dificultats de traducció i interpretació degut a les idiosincràsies de cada cultura.

Analitzant el **suport social percebut per part de la família i dels amics**, podem destacar que, en general, els adolescents d'entre 12 i 16 anys perceben rebre significativament major suport social de la seva família que dels amics. Seguint a Del Río (1999), segons els trets generals de l'actual entorn familiar, tant els nois com les noies, solen ser modelats amb intensitat per la família fins els 10/11 anys (preadolescència). A partir d'aquesta etapa, el grup d'iguals comença a tenir més força i el paper dels progenitors es va diluint progressivament. Així mateix, podríem pressuposa que en el procés de la formació de la identitat i, al mateix temps, en el desenvolupament dels trets psicològics aquí explorats, és en l'adolescència quan comencen a tenir un important pes els iguals i els mitjans de comunicació.

Si ens centrem en el *gènere*, sí s'han observat diferències significatives essent les noies les que han manifestat percebre major suport social tant de la família com dels amics. Aquests resultats coincideixen amb els trobats en altres investigacions. L'estudi realitzat per Musitu i Cava (2002) posa de manifest que les noies perceben rebre major suport social del millor amic i de la parella. A més, Martínez i Fuertes (1999) també van constatar que les noies adolescents perceben un major grau d'intimitat i de proximitat en les seves relacions d'amistat que els nois. Tot apunta a que els processos de socialització de les noies i els nois són matisadament diferents. És a dir, les noies sembla que tenen més necessitat d'afecte i vinculació cap als altres (família i amics), mentre que la socialització dels nois sembla molt més centrada en la dicotomia entre dependència i autonomia.

En aquesta mateixa direcció, Livingstone i Bovill (2001) parlen dels diferents estils de socialització que s'observen en nois i noies i com afecten a l'ús que fan dels mitjans audiovisuals. Les pautes d'ús del telèfon mòbil canvien i es desenvolupen a mesura que els adolescents creixen. Primer, el solen utilitzar ocasionalment per parlar amb membres de la família (per exemple, quan uns o altres no són a casa). Després, comencen a utilitzar-lo més sovint i augmenten les seves converses amb els iguals més que no pas amb els familiars. Des de simples trucades per a fixar cites fins a progressar en llargues converses. Pels adolescents el mòbil és concebut com una via per a planificar el seu oci i com un instrument que els és útil per començar a establir les primeres relacions d'amistat.

En els nostres resultats s'observen diferències en el **suport social percebut** entre els adolescents que manifesten *disposar d'un mòbil propi i els que no*. En aquest sentit, els nois i noies que han manifestat disposar de mòbil perceben rebre major suport social dels amics, mentre que els que han manifestat no tenir-ne en perceben rebre significativament més de la seva família. Això suggereix que el fet de disposar d'un telèfon mòbil incideix en la percepció de disposar de major suport social dels amics. Una possible interpretació d'aquests resultats és que la xarxa social, que s'expandeix en l'adolescència amb noves amistats, es veu facilitada i potser accelerada en la seva expansió gràcies a aquest aparell. Així, el telèfon mòbil es converteix en un mitjà de comunicació molt important per mantenir relacions amb el grup d'iguals, ja que durant aquest període vital el grup d'iguals és una font de suport social molt important. Convé destacar que no creiem que aquells nois i noies que han manifestat no tenir aquest aparell no disposin d'un important nombre d'amics, ja que probablement empraran altres mitjans per a mantenir el contacte entre ells.

Arran del que acabem de dir, considerem que cal desenvolupar més investigacions sobre l'autoestima i el suport social per veure fins a quin punt i de quines maneres l'ús del telèfon mòbil pot incidir en el benestar psicològic dels adolescents. Una proposta de futur aniria en la línia d'investigar tenint en compte altres nocions teòriques com la proposada per Sirgy *et al.* (2006). Els autors primer van desenvolupar una mesura de percepció de l'impacte de la qualitat de vida dels usuaris d'Internet. Aquesta aproximació teòrica parteix del supòsit que la percepció dels consumidors sobre l'impacte que Internet té en la seva qualitat de vida global ve determinat per la percepció de l'impacte que té Internet en altres àmbits de la seva vida (social, laboral, temps lliure, educatiu, etc.). Recentment, Sirgy *et al.* (2007) han aplicat aquest model teòric per desenvolupar la mesura del benestar dels consumidors de telèfon mòbil. La hipòtesi de treball d'aquests investigadors parteix del supòsit que els consumidors tenen experiències positives i negatives amb els seus mòbils en diferents àmbits de la seva vida (la vida social, el temps lliure, la vida familiar, la vida laboral, entre altres).

Perspectiva dels progenitors en relació a les cultures mediàtiques adolescents i les noves formes de relació i comunicació que els fills tenen entorn els mitjans audiovisuals

Un darrer objectiu que ens vàrem proposar explorar en grups de discussió de progenitors (temàtica 6 de l'apartat 3.4.1, pàgina 180) es refereix al punt de vista dels en relació als *avenços tecnològics* i a les *noves cultures dels mitjans audiovisuals* que estan emergint entre els adolescents de les edats dels seus fills (vegeu Esquema 6 del capítol IV, pàgina 266). Aquest aspecte que hem avaluat té molt a veure amb les actituds positives i negatives envers els mitjans audiovisuals a les que es referien Bressand i Distler (1995).

Alguns progenitors han argumentat que les NTICs estan aportant múltiples oportunitats i **aspectes positius** als seus fills. Consideren que els mitjans audiovisuals els han permès *expandir les seves xarxes socials* i, en aquest sentit, millorar les seves relacions interpersonals. Així ho relata una mare: “Al cap de deu dies tenia una llista llarga de gent per a xatejar, gent de la seva edat i tot... El que vull dir és que comunicació i relació, sí!”. A més de les noves relacions i vincles que pugui establir a l'entorn de les tecnologies, també consideren que els proporcionen noves *formes de treball i d'entreteniment*. És a dir, per una banda, els facilita la cerca d'informació per fer, per exemple, alguns treballs de l'escola i, per l'altra, els permet jugar o entretenir-se (“Juguen amb aquestes coses, amb el mòbil, amb l'ordinador...”, pare).

Per altres progenitors, els canvis tecnològics i l'ús de les NTICs poden arribar a provocar efectes **negatius i no desitjats** en els seus fills i en ells mateixos. Pels pares i mares és un inconvenient que els seus fills dediquin *massa temps* a utilitzar alguns mitjans i ho arriben a considerar, fins i tot una pèrdua de temps pels fills. Així ho argumenta un pare: “Els mitjans ho comporten això, però perdre tanta estona per a dir-se tal, perquè demà al matí es trobin i tornar-se a trucar i fer-se perdudes... mira, a mi tot això em posa dels nervis”. Als progenitors també els resulta complicat comprendre el fet que els nois i noies pugui utilitzar i disposar *de tants mitjans audiovisuals*, sobretot, a les seves *habitacions* (“El meu fill quan encara no tenia l'ordinador i volia l'equip de música, que ara ja té, o la taula de no sé que... tota la història que va fer... Doncs ara ja ho té tot a l'habitació, té de tot. A la meva època, a la meva habitació jo tenia: un llit, una taula i una catifa!”). Aquesta darrera preocupació, aniria unida a la de que els adolescents des de que disposen de mitjans audiovisuals *passen major temps a casa* i menys temps al carrer. Per altra banda, com s'ha anat repetint al llarg d'aquesta discussió, la cada vegada major dificultat dels pares per *controlar* els mitjans que els seus fills utilitzen i els continguts als que puguin accedir i la possibilitat de *perdre la comunicació “cara a cara”* amb altres persones, és a dir, la progressiva substitució del contacte real pel contacte virtual és

un tema que sembla que preocupa als progenitors. Finalment, un darrer aspecte que també amoïna als progenitors de nois i noies de 12 a 16 anys és que amb l'expansió de les NTICs i la sobreutilització que puguin fer-ne els fills, segons el seu parer, quedin perjudicats determinats *hàbits relacionats amb l'aprenentatge*, sobretot, *l'escriptura* i la *lectura* ja que amb l'aparició d'algunes tecnologies com el mòbil o el messenger els nois i noies han inventat nous argots més simples amb la finalitat de poder escriure missatges més llargs en poc espai. Una mare argumenta que si el seu fill “no hagués tingut ordinador segurament hagués llegit més còmics”.

Per concloure aquest apartat de discussions, volem apuntar que les dades que hem analitzat ens permeten insinuar que tecnologies audiovisuals com el telèfon mòbil estan mediatitzant les *relacions intergeneracionals*. En alguns casos, sembla que aquest aparell facilita mantenir el contacte i la comunicació entre els membres de la família, mentre que, en altres ocasions aquest fet no és tan evident. Recollir dades descriptives, per una banda i, opinions i arguments de progenitors i adolescents per l'altra, ens ha permès identificar elements concordants i discrepants en les seves respostes i argumentacions en relació als diferents aspectes que hem explorat.

- ✓ Hem identificat en l'ús de les NTICs per part dels nois i noies d'entre 12 i 16 anys "cultures de gènere" que semblen mediatitzades per "cultures generacionals". És a dir, no només els adolescents utilitzen més les tecnologies que els adults, sinó que sobre el context social que tenen impacte aquest ús és fonamentalment amb els iguals. És amb els amics amb les persones que els adolescents manifesten que parlen més freqüentment sobre els mitjans i, com s'ha constatat en anteriors investigacions (Casas, Figuer *et al.*, 2007), són amb els que obtenen major satisfacció en mantenir converses sobre aquests temes.
- ✓ Les atribucions que els progenitors fan respecte les preferències de propi fill cap al telèfon mòbil i altres mitjans audiovisuals són significativament diferents de les informades pel fill.
- ✓ La baixa satisfacció manifestada en mantenir converses amb els adults a l'entorn de les noves tecnologies sumada als biaixos perceptius dels progenitors respecte els interessos del fill pels mitjans, suggereixen que cal un major apropament intergeneracional, sobretot, pel que fa al fet de mantenir converses entre adults i adolescents al voltant de temes que tan els motiven i interessin actualment, com ho són els mitjans audiovisuals.
- ✓ Creiem que aquest apropament d'interessos intergeneracionals hauria de ser per ambdues parts: per una banda, els adolescents aportant la seva experiència respecte les múltiples funcions que es poden desenvolupar amb les noves tecnologies i, per l'altra banda, els adults com a referents en els seus processos de socialització.

Capítol VI
Consideracions finals

Les dades que hem analitzat ens han permès descriure el comportament dels adolescents entre 12 i 16 anys a l'entorn del telèfon mòbil, així com algunes de les atribucions que els progenitors fan respecte d'aquest comportament relacionat amb aquesta tecnologia. Així mateix, hem pogut mostrar com el telèfon mòbil és un mitjà audiovisual que facilita les relacions i la comunicació que els adolescents tenen amb diferents persones del seu entorn. S'ha comprovat com aquest aparell resulta de gran utilitat als adolescents per mantenir els llaços familiars i les xarxes socials, especialment amb els amics, tot i que de forma matisadament diferent. Amb els amics, el telèfon mòbil esdevé una tecnologia que els atorga estatus dins del grup, els permet diferenciar-se de la resta de grups (inclosos els adults) i estar en contacte de forma fàcil i ràpida. Amb els progenitors, però, els adolescents no es mostren tan satisfets ni en mantenir converses al voltant d'aquesta tecnologia ni en utilitzar-lo com una eina de comunicació.

En aquest sentit, un factor important en relació a l'ús del mòbil és la **interacció** entre les **actituds dels progenitors i les del propi fill** entorn aquesta tecnologia. Així, en una mateixa família, l'actitud davant les NTICs de cada generació pot ser molt diferent. Entre els progenitors queden ben diferenciades dues actituds:

- a) La dels pares i mares que consideren que les NTICs en general i, el telèfon mòbil en particular, són positives pels fills ja que els permeten desenvolupar-se com a persones autònomes i responsables dels seus fets; a més de ser una eina útil per poder mantenir i enfortir les seves relacions interpersonals amb les altres persones. Aquestes actituds anirien en la línia de les idees aportades per Tapscott (1998) i altres, en el sentit que les tecnologies són positives per al desenvolupament dels infants i dels adolescents i, altrament, en la línia del que Bressand i Distler (1995) anomenen "integrats" als avenços tecnològics.
- b) La dels progenitors que tenen una actitud més pessimista en relació a aquests avenços tecnològics, considerant que l'ús de les NTICs podria repercutir en alguns dels hàbits quotidians dels seus fills (els deures escolars, les normes familiars o, fins i tot, el ritme del son). Aquestes actituds derivades d'una representació social de la infància i l'adolescència que els consideren com el conjunt dels "encara no" posa de manifest que alguns pares i mares conceben el telèfon mòbil com una eina quasi bé només útil per mantenir als fills sota control i garantir la seva seguretat. Aquesta forma de concebre els avenços tecnològics anirien en la línia del pensament de Postman (1983) i els seus seguidors i es podrien agrupar sota l'etiqueta de progenitors que, malgrat que puguin

utilitzar en major o menor freqüència alguns mitjans, no estan d'acord amb els aspectes positius o avantatges que aquests aparells puguin tenir pel desenvolupament psicosocial dels seus fills (Bressand i Distler, 1995).

Els progenitors manifesten una certa ambivalència associada al procés **d'emancipació** dels adolescents. Permetre als fills la llibertat per tal d'explorar el món inclou la dificultat de mantenir un equilibri entre: la necessitat dels adolescents de tenir una certa seguretat i el seu desig d'aprendre a operar com a individus independents. Per tant, sembla que als progenitors el telèfon mòbil els proporciona una solució parcial a això, una mena de *cordó umbilical* entre pares i fills. És un lligam discret ja que els progenitors poden fer ús del mòbil quan ho necessitin i, alhora, permeten als seus fills la llibertat de moviment que aquests desitgen.

Aquesta tesi també aporta evidència per proposar que el que inicialment es va anomenar "trípode socialitzador bàsic" (família, escola i televisió), amb l'aparició de les noves tecnologies de la informació i la comunicació, com el telèfon mòbil, caldria redefinir-lo com a "quadrípede socialitzador". S'ha mostrat com els adolescents d'entre 12 i 16 anys dediquen una important part del seu temps a utilitzar diferents mitjans audiovisuals i, preferentment, en companyia del grup d'iguals. La teoria dels processos de diferenciació categorial i la teoria de la socialització grupal de Harris (1995) es fan congruents amb l'anàlisi psicosocial de l'ús que els adolescents fan del mòbil. Aquesta tecnologia és un important **símbol identitari** que els permet diferenciar-se de la resta de grups socials, sobretot, dels adults. A més, sembla que sovint els processos de socialització pel que fa a l'ús de les NTICs es produeixen fonamentalment fora de la llar, amb el grup d'amics. Podem suggerir que s'ha identificat una manca de referents adults en la socialització en els mitjans audiovisuals.

Una altra reflexió important a la que ens porten els resultats i que ha estat marcat com un dels objectius a explorar en aquesta tesi, és que existeixen *interaccions entre el gènere i l'ús del telèfon mòbil*. En congruència amb resultats trobats en altres països, les noies són les que disposen amb major freqüència d'aquest aparell, són les utilitzen més les múltiples funcions que ofereix el mòbil (destacant l'ús dels SMS i les trucades per xerrar i quedar amb els amics) i són les que es mostren més informades i interessades en l'actualitat per aquesta tecnologia. També són les noies les qui amb major freqüència que els nois parlen sobre allò que fan o miren amb els mitjans amb els amics i, en darrera instància, les que major suport social també perceben rebre de les seves amistats. Es corrobora que hi ha hagut un canvi d'actitud de les noies respecte del telèfon mòbil, essent un dels aparells electrònics pel que actualment mostren més entusiasme.

Els adolescents de 12 a 16 anys reconeixen les **avantatges pràctiques** del telèfon mòbil com a mediador i facilitador de relacions interpersonals, incloent tipus de comunicacions interpersonals difícils o impossibles abans de l'existència d'aquest aparell. Aquestes interaccions se solen mantenir amb els amics, per una banda, i amb la família per l'altra. Amb els amics solen ser més freqüents i de diferents formes, ja sigui a través de trucades, de missatges breus o de trucades perdudes i la seva intencionalitat està dirigida a mantenir i a enfortir els seus vincles amb el grup de pertinença. Les interaccions que es mantenen amb els familiars, generalment amb els progenitors, se solen realitzar amb menor freqüència i per aspectes més concrets (demanar permís per fer quelcom, avisar a quina hora vindran i informar on són) i, sobretot, se solen donar en situacions d'emergència.

El telèfon mòbil és un nou element en la vida dels molts adolescents. Ha aparegut i s'ha expandit en aquest escenari amb una sorprenent rapidesa. Cap altra generació d'adolescents havia tingut accés a aquest tipus de tecnologia i, per tant, aconseguir l'accés al telèfon mòbil significa que els adolescents –i els seus progenitors– estan construint una sèrie de **normes** sobre el seu ús *ad hoc*. Mentre que molts adolescents estan incorporant i experimentant amb aquest aparell i aquest està ocupant un lloc important en les seves vides, els seus progenitors estan lluny de tenir un domini del mòbil similar al dels seus fills. Aquest context suggereix que juntament amb les cultures mediàtiques adolescents, ha emergit la *subcultura adolescent del telèfon mòbil*.

S'ha constatat com el fet de disposar de telèfon mòbil no mostra una relació directa amb l'**autoestima** dels adolescents de 12 a 16 anys que només hem explorat amb l'escala de Rosenberg (1965). Com hem anunciat a les discussions, és ben sabut que hi ha altres escales que avaluen l'autoconcepte de manera multidimensional (per exemple, l'AF5 de García i Musitu, 1999) i considerem que en un futur podria ser enriquidor explorar aquest constructe en relació al fenomen aquí estudiat, amb alguna d'aquestes escales més precises i actuals (vegeu Tomás i Oliver, 2004). No obstant això, sí que resulta un important element simbòlic que incideix en la seva **identitat**. Com ha assenyalat Pindado (2006), la identitat és un procés de negociació que es desenvolupa en una dialèctica d'apropament-allunyament amb el que es mostra a els mitjans audiovisuals. En aquest sentit els resultats suggereixen que la disponibilitat de telèfon mòbil no és simplement una acció dels individus, sinó que més aviat són els individus desenvolupant-se dins de la **cultura dels iguals** en la que aquests participen. L'experiència amb el grup d'iguals és essencial. Per una banda, les relacions dels nois i les noies amb els adults els proveeix d'un sentit organitzat de la realitat. Alhora, el grup d'iguals els proveeix del sentit que ells i elles poden modificar les interaccions socials i, d'aquesta manera aquestes relacions proporcionen un significat mutu.

Els adolescents i el seu grup d'iguals són institucions socials que donen assistència als individus en el desenvolupament de la seva identitat. A més, els amics els proporcionen **autoestima, suport social, suport emocional, consells i informació**, entre d'altres aspectes. Els nostres resultats apunten en la direcció que els adolescents que tenen mòbil propi perceben rebre major suport social dels seus amics. Les amistats els ajuden a ser sensibles amb les necessitats dels altres i, en general, d'aprofundir –potser per primera vegada- en les relacions socials fora de la família. En aquest període podem observar la necessitat i el desig dels adolescents d'estar junts i comunicar-se en tot moment i és en aquest fet on radica la importància que el telèfon mòbil té en tot aquest escenari.

Cal reflexionar, altrament, respecte la importància que les NTICs en general i, el telèfon mòbil en particular, podria tenir en el **benestar psicològic** dels adolescents d'aquestes edats. Les investigacions al voltant del benestar psicològic en l'adolescència encara es troben en una etapa molt incipient i, encara molt més, si considerem la seva interacció amb les NTICs. Caldria explorar amb major profunditat fins a quin punt les variables relatives al telèfon mòbil tenen relació amb les avaluacions i percepcions que els adolescents fan de la satisfacció global amb la vida o amb diferents àmbits de la vida. Fins al moment, hem identificat algunes investigacions (Sirgy *et al.*, 2006; 2007) que comencen a interessar-se per desenvolupar mesures per avaluar el benestar dels adolescents en relació a l'ús de tecnologies com Internet o el telèfon mòbil.

També esdevé rellevant considerar altres metodologies d'anàlisi per l'estudi del benestar psicològic dels adolescents des del paradigma de la complexitat (Munné, 2004). Per exemple, González (2005) proposa un interessant model per estudiar el benestar psicològic dels adolescents d'entre 12 i 16 anys des de la perspectiva de la no linealitat, entenent aquest concepte tal i com ho fan les teories de la complexitat. L'autora explora des d'aquesta aproximació diferents constructes psicosocials que estan estretament relacionats amb el benestar psicològic. Concretament, la satisfacció amb la vida globalment i amb àmbits específics de la vida, l'autoestima, el suport social, la percepció de control i els valors, arribant a la conclusió que existeixen relacions no lineals entre els elements que componen el benestar psicològic. En un futur seria interessant analitzar aquests diferents elements que tenen una connexió estreta amb el benestar psicològic dels adolescents aplicant tècniques d'aquest tipus per tal d'explorar la seva relació amb l'ús de tecnologies com el telèfon mòbil.

Som conscients que les dades de les que disposem en aquesta tesi, fruit d'un estudi transversal realitzat amb una mostra d'un context concret, no ens permeten extreure'n afirmacions concloents ja que representen només una part de la població d'estudiants i dels seus progenitors que podrien ser

representatives de les característiques de les famílies de classe mitjana residents als municipis de la província de Girona. Per aquest motiu, creiem oportú realitzar futures investigacions recollint noves dades d'una mostra representativa de tot Catalunya. També seria d'interès ampliar les edats d'estudi des dels 11 fins als 18 anys, per explorar els diferents comportaments dels preadolescents, els adolescents i els joves en relació a aquesta NTIC. Seguir explorant de quina manera el telèfon mòbil està influenciant en les relacionals interpersonals i en la comunicació entre els infants, els adolescents i els adults a partir de diferents tècniques de recollides de dades, tant quantitatives com qualitatives. I, com ja hem apuntat, seguir indagant la possible relació entre els constructes que correlacionen amb el benestar psicològic (autoestima, suport social i les satisfaccions amb diferents àmbits de la vida i la vida considerada globalment) dels adolescents que disposen d'aquest aparell, bo i utilitzant noves escales i també altres metodologies d'anàlisi com les emmarcades dins del paradigma de la complexitat.

Sense ànim de ser exhaustius i, considerant que aquests resultats poden tenir una vessant més aplicada, creiem oportú dedicar unes línies a exposar algunes **recomanacions** que poden ser útils a pares i fills per millorar les seves relacions a l'entorn del telèfon mòbil:

- ✓ És important que pares i fills aprenguin de forma conjunta a utilitzar adequadament les NTICs. En aquest cas, són els adolescents els qui millor dominen les múltiples funcions que es poden realitzar amb el mòbil, a més a més, de la comunicativa. Per això, cal transmetre als adults el missatge que *no passa res* si els fills saben més que ells. L'important és aprendre i compartir i no deixar tot el procés de socialització en l'ús de les NTICs en mans del grup d'iguals.
- ✓ Creiem que l'edat adequada per a tenir un telèfon mòbil depèn de les situacions i circumstàncies personals o familiars que facin aconsellable disposar d'aquest aparell. Actualment, amb els nous models familiars (famílies monoparentals, reconstituïdes, matrimonis divorciats, etc.) i les hores que pares i fills passen fora de la llar (a la feina i l'escola, respectivament), disposar d'aquest aparell pot ser una eina útil per seguir mantenint el contacte i les bones relacions familiars. En tot cas, seguint les recomanacions del Defensor del Menor en la Comunitat de Madrid (2007), podem considerar entre els 13 i els 14 anys com l'edat més adequada en la que els adolescents podrien disposar d'un telèfon mòbil, coincidint amb l'inici de la pubertat i el procés d'independència que s'inicia al voltant d'aquestes edats.
- ✓ Cal educar als fills en el consum responsable. Els adults en general, i els progenitors i els professors en concret, hem de ser els models de referència dels més joves i, per tant, cal que els donem exemples adequats de l'ús del telèfon mòbil i, per descomptat, de la resta de tecnologies.

✓ Si volem evitar que els nois i les noies es passin moltes hores tancats en les seves habitacions utilitzant les múltiples tecnologies que aquests puguin disposar, cal que els responsables de la compra d'aquests aparells decideixin situar-los en zones comunitàries de la llar per a què el seu ús sigui familiar. En aquest sentit, és interessant que els propis nois i noies participin activament en el procés d'adquisició dels aparells electrònics de la llar ja que, per una banda, aprenen a gestionar-se econòmicament i, per l'altra, el fet de prendre decisions amb la resta de membres de la família pot ajudar a millorar la satisfacció en mantenir converses sobre els mitjans i enfortir els llaços familiars.

Per acabar, voldríem remarcar la importància que pels investigadors de les ciències socials ha de tenir escoltar i recollir la opinió i els arguments dels propis infants i dels adolescents en les recerques empíriques per saber-nos allunyar de les representacions socials construïdes des d'una visió adultocèntrica. Cal que es desenvolupin més recerques psicosocials on els infants i els adolescents siguin els veritables protagonistes. El rigor d'aquestes recerques ha de passar per la utilització de diferents tècniques de recollides de dades on, sota el nostre punt de vista, la combinació de les tècniques quantitatives (com els qüestionaris) i les qualitatives (com els grups de discussió o les entrevistes) ens aporten una perspectiva més rica i més profunda del fenomen que ens proposem estudiar.

Capítol VII
Referències bibliogràfiques

- Abrams, D. i Hogg, M.A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18, 317-334.
- Adler, P.A., Kless, S.J. i Adler, P. (1992). Socialization to gender roles: popularity among elementary school boys and girls. *Sociology of Education*, 65, 169-187.
- Aguado, J.M. i Martínez, I.J. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *Zer*, 20, 319-343.
- Aguinaga, J. i Comas, D. (1991). *Infancia y adolescencia: la mirada de los adultos*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Ainsworth, M. D. S. (1989). Attachments beyond infancy. *American Psychologist*, 44, 709-716.
- Ainsworth, M. D. S.; Blehar, M. C.; Waters, E. i Wall, S. (1978). *Patterns of attachment: a psychological study of the strange situation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. Dins J. Kuhl i J. Beckmann (Eds.). *Action control: from cognition to behaviour* (pp. 11-39). Nova York: Springer Verlag.
- Alberdi, I. (1999). *La nueva familia española*. Madrid: Taurus.
- Albero, M. (1996). Televisión y contextos de sociales de la infancia: hábitos televisivo y juego infantil. *Comunicar*, 6, 129-139.
- Alonso, J.E. (2000a). *Trabajo y postmodernidad: el empleo débil*. Madrid: Fundamentos.
- Alonso, J.E. (2000b). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: ESIC.
- Alonso, L.E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Alsinet, C., Pérez, R.M. i Agulló, M.J. (2003). Adolescentes y percepciones del riesgo. *JOVENes, Revista de Estudios sobre Juventud*, 18, 90-101.
- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. Mèxic: Paidós.
- Amorós, P.; Buxarrais, M.R.; i Casas, F. (Dirs.) (2002). *La influència de les tecnologies de la informació i comunicació en la vida dels nois i noies de 12 a 16 anys*. Disponible en versió electrònica: <http://www.ciimu.org/cat/publicacions/cos1.phtml>
- Antunes, R. (1999). *¿Adiós al trabajo? Ensayo sobre la metamorfosis y el rol central del mundo del trabajo*. Buenos Aires: Antídoto.
- Ariès, P. (1960). *Centuries of childhood*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Arnett, J.J. (1999). Adolescent storm and stress, reconsidered. *American Psychologist*, 54, 317-326.
- Asch, S.E. (1987). *Social psychology*. Oxford, Anglaterra: Oxford University Press.

- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Baron, N.S. (1992). *Growing up with language: how children learn to talk*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Baron, N.S. (2000). *Alphabet to email: how written English evolved and where it is heading*. Londres: Routledge.
- Barri, M. i Yu, L. (2002). Los usos y el significado del "I-mode" en Japón. *Revista de Estudios de Juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 151-172.
- Baumrind, D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology Monograph*, 4, (1, Pt. 2), 101-103.
- Baumrind, D. (1978). Parental disciplinary patterns and social competence in children. *Youth & Society*, 9, 239-276.
- Beaton, J. i Wajcman, J. (2004). The impact of mobile telephony in Australia. *Australian Mobile Telephony Conference*. Setembre de 2004.
- Beckers, J., Mante-Meijer, E. i Schmidt, H.G. (2003). Communication anxiety among "smart" Dutch computer users. Dins J. Katz (Ed.). *Machine that become us: the social context of communication technology* (pp. 147-160). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Behar, J (1991). Observación y análisis de producción verbal de la conducta. Dins M.T. Anguera (Coord.). *Metodología observacional en la investigación psicológica. Fundamentación* (1). Col·lecció: Avances metodològics en psicologia, nº5, vol.I, pp. 331-379. Barcelona: PPU.
- Bell, R.Q. (1968). A reinterpretation of the direction of effects in studies of socialization. *Psychological Review*, 75, 81-95.
- Beltrán, M. (1994). Cinco vías de acceso a la realidad. Dins M. García, F. Ibáñez i F. Alvira (Comps.). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación* (pp.19-49). Madrid: Alianza.
- Beltrán, M. (2000). *Perspectivas sociales y conocimiento*. Mèxic: Anthropos.
- Beranuy, M., Sánchez, X., Graner, C., Castellana, M. i Chamarro, A. (2006). Uso y abuso del teléfono móvil en jóvenes y adolescentes. Disponible en versió electrònica: http://www.unav.es/fcom/cicom/2006/docscicom/1_BERANUY_SANCHEZCARBONELL_GRANER.pdf%20-
- Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Bickerton, D. (1983). Creole languages. *Scientific American*, 108-115.
- Billing, M. i Tajfel, H. (1973). Social categorization and similarity in intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 3, 27-52.

- Blumler, J. G. (1960). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6, 9-36.
- Botella, M., Doménech, M., Ibáñez, T., Íñiguez, L., Pujal, M. i Pujol, J. (2000). *Psicología social*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Bouchard, T.J. (1994). Genes, environment and personality. *Science*, 264, 1700-1701.
- Bouchard, T.J., Lykken, D.T., McGue, M., Segal, N.L. i Tellegen, A. (1990). Sources of human psychological differences: the Minnesota study of twins reared apart. *Science*, 250, 223-228.
- Branscombe, N.R. i Wann, D.L. (1994). Collective self-esteem consequences of outgroup derogation when a valued social identity is on trial. *European Journal of Social Psychology*, 24, 641-657.
- Bren, N. i Flowerdew, J. (2007). New structures, new agency: the dynamics of child-parent relationships after divorce. *The International Journal of Children's Rights*, 15, 1, 25-42.
- Bressand, A. i Distler, C. (1995). *La planète relationnelle*. París: Flammarion. (Trad. castellà: El planeta relacional. Barcelona: Proa, 1997).
- Bretherton, I. i Munholland, K.A. (1999). Internal working models in attachment relationships: a construct revisited. Dins J.C. Cassidy i P.R. Shaver (Eds.). *Handbook of attachment: theory, research and clinical applications* (pp. 89-111). Nova York: Guildford Press.
- Bretherton, I., Golby, B. i Cho, E. (1997). Attachment and acquisition of values. Dins J.E. Grusec i L. Kuczynski (Eds.). *Parenting and internalization of values: a handbook of contemporary theory* (pp. 103-134). Nova York: Wiley.
- Brewer, M.B. (1991). The social self: on being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482.
- Buckingham, D. (2000). *Alter the death of childhood*. Cambridge: Polity.
- Buckingham, D. (2002). *Crecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- Bugental, D. B. i Goodnow, J. J. (1997). Socialization processes. Dins N. Eisenberg (Ed.). *Social, emotional, and personality development*. Vol. 3: Handbook of Child Psychology, 5th edition. Nova York: Wiley.
- Callejo, J. (2001). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel.
- Cameron, D., McAlinden, F. i O'Leary, K. (1988). Lakoff in context: the social and linguistic functions of tag questions. Dins J. Coates i D. Cameron (Eds.). *Women in their speech communities: new perspectives on language and sex* (pp. 74-93). Londres i Nova York: Longman.
- Canales, M i Peinado, A. (1999). Grupos de discusión. Dins J. M. Delgado i J. Gutiérrez (Comps.). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* (pp. 295-296). Madrid: Síntesis.
- Cantero, P. i Gordillo, P. (1999). *Juventud y entorno familiar*. Injuve: Madrid.

- Casas, F. (1989). *Técnicas de investigación social: Los indicadores sociales y psicosociales. Teoría y práctica*. Barcelona: PPU
- Casas, F. (1998). *Infancia: perspectivas psicosociales*. Barcelona: Paidós.
- Casas, F. (2001). Video games: between parents and children. Dins I. Hutchby i J. Moran-Ellis (Eds.). *Children, technology and culture. The impacts of technologies in children's everyday lives* (pp. 42-57). Londres: Routledge/Falmer.
- Casas, F. (2005). Consumo e imaginario infantil. A I.E. Lázaro y I.V. Mayoral (Coords.): *Infancia, publicidad y consumo. III Jornadas sobre derechos de los menores*. Madrid. Universidad de Comillas.
- Casas, F. (2006). Infancia y representaciones sociales. *Política y Sociedad*, 43, 1, 27-42.
- Casas, F.; Alsinet, C.; Pérez Tornero, J.M.; Figuer, C.; Leiva, E.; González, M. i Pascual, S. (2000). Las tecnologías de la información y la comunicación entre los padres y los hijos. *Intervención Psicosocial*, 9, 3, 335-360.
- Casas, F.; Figuer, C.; González, M. i Malo, S. (2007). Los medios audiovisuales entre los pogramadores y los hijos e hijas. *Cultura y Educación*, 19(3), 311-330.
- Casas, F.; Figuer, C.; González, M.; Malo, S. i Bertran, I. (2005). Medios audiovisuales y culturas adolescentes: nuevos usos, satisfacciones y diferencias de género. Dins J. M. Sabucedo, J. Romay i A. López-Cortón (eds.). *Psicología social y problemas sociales. Psicología política, inmigración y comunicación social. Volumen II* (pp. 295-300). Madrid: Biblioteca Nueva, S. L.
- Casas, F.; Figuer, C.; González, M.; Malo, S.; Alsinet, C. i Subarroca, S. (2007). The well-being of 12- to 16-year-old adolescents and their parents: results from 1999 to 2003 Spanish samples. *Social Indicators Research*, 83, 87-115.
- Casas, F., González, M., Figuer, C. i Malo, S. (2007). The penetration of audio-visual media into adolescent cultures in Spain between 1999 and 2003. Dins F. Casas, I. Rizzini, R. September, P. E. Mjaavath y U. Nayar (eds.). *Adolescents and audio-visual media in five countries* (pp. 105-125). Girona: Documenta Universitaria.
- Casas, F., Madorell, L., Figuer, C., González, M., Malo, S., García, M., Bertrán, I., Cebrián, N., Carpena, D., Martín, A. i Babot, N. (2007). *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió a Catalunya*. Barcelona: Consell Audiovisual de Catalunya.
- Casas, F., Mjaavath, P.E., Nayar, U., Rizzini, I., September, R., Figuer, C., González, M. i Malo, S. (2007). Adolescents, their parents and audiovisual media: evaluations and interpersonal relationships in five countries. Dins F. Casas, I. Rizzini, R. September, P. E. Mjaavath y U. Nayar (eds.). *Adolescents and audio-visual media in five countries* (pp. 11-62). Girona: Documenta Universitaria.
- Castelló, E. i Aviá, M. (2004). Periodismo vía MMS: el caso de "El día en cinco imágenes" de La Vanguardia. *Zer*, 16, 71-85.

- Castells, M. (1997). *La era de la informació: economía, sociedad y cultura. Vol. I: la sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (1998). *La era de la informació: economía, sociedad y cultura. Vol. II: el poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (1999). Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa. Dins M. Castells i G. Esping-Andersen (eds.). *La transformación del trabajo* (pp. 23-121). Colomers: La Factoria.
- Castells, M., Fernández, M., Linchuan, J. i Sey, A. (2007). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- CESA (Consejo Económico y Social de Aragón) (2001). *La sociedad de la información en Aragón*. Saragossa: Navarro & Navarro.
- Chombart de Lauwe, M. J. (1989). La représentation sociale dans le domaine de l'enfance. Dins D. Jodelet (Ed.). *Les représentations sociales*. Paris : Puf.
- CIS (2000). *La televisión y los niños*. Estudio nº 1875.
- Clark, H. i Brennan, S. (1991). Grounding. Dins J.M. Levine i S.D. Teasley (Eds.). *Perspectives on socially shared cognition* (pp. 127-149). Washington, DC: American Psychological Association.
- Cochran, K. et al. (1993). The social networks of coupled mothers in four cultures. Dins M. Cochran et al. (Eds.). *Extending families: the social networks of parents & their children* (pp. 86-104). Cambridge: Cambridge.
- Cohen, A.K. (1955). *Delinquent boyes: the culture of the gang*. Nova York: Free Press.
- Cole, M. (1990). Cultural psychology: a once and future discipline? Dins J.J. Berman (Ed.). *Nebraska symposium on motivation, 1989: Cross-cultural perspectives* (vol. 37, pp. 279-335). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Coleman, J.C. (1979). *Relationships in adolescence*. London: Routledge.
- Collins, W.A., Gleason, T. i Sesma, J.R. (1997). Internalization, autonomy and relationships: developmen during adolescence. Dins J.E. Grusec i L. Kuczynski (Eds.). *Parenting and children's internalization of values* (pp. 78-102). Nova York: Wiley.
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mac Graw-Hill.
- Corsaro, W.A. (1994). Discussion, debate and friendship processes: peer discourse in U.S. and Italian nursery schools. *Sociology of Education*, 67, 1-26.
- Daniels, D. i Plomin, R. (1985). Differential experiences of siblings in the same family. *Developmental Psychology*, 21, 747-760.
- Darling, N. i Steinberg, L. (1993). Parenting style as a context: an integrative model. *Psychological Bulletin*, 113, 487-496.

- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technologies. *MIS Quarterly*, 13, 319-340.
- De Miguel, A. i Barbeito, R.L. (1997). *El impacto de la telefonía móvil en la sociedad española*. Madrid: Tabula Ikonika.
- Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid (2007). *Por un uso responsable de las nuevas tecnologías. Ideas para facilitar la compra*. Disponible en versió electrònica a: <http://www.copianos.com/es/documentos/padres/por-un-uso-responsable-de-las-nuevas-tecnologias>
- Del Río, P. (1996). *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Del Río, P. (1999). El cambio histórico-cultural y las identidades de género: los/las adolescentes españoles ante la diferencia de sexo. *Cultura y Educación*, 14/15, 147-176.
- Del Río, P. i Álvarez, A. (1997). Ensalmos, rezos y silogismos: la cambante arquitectura de los sistemas de conciencia. Dins J.V. Wertsch, P. del Río i A. Álvarez (Eds.). *La mente sociocultural. Aproximaciones teóricas y aplicadas* (pp.165-191). Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- Del Río, P., Álvarez, A. i del Río, M. (2004). *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- Delgado, J. M. i Gutiérrez, J. (Coord.) (1994). *Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.
- Denzin, N. i Lincoln, Y. (1998). *Collecting and interpreting qualitative materials*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Denzin, N. i Lincoln, Y. (2000). *Handbook of Qualitative Research*. Londres: Sage Publications.
- Deutsche Shell (Ed.) (2000). *Jugend 2000*. 2Bde. Opladen.
- Di Leonardo, M. (1987). The female world of cards & holidays: women, families & work of kinship. *Culture & Society*, 12 (3), 440-453.
- Diamond, K., LeFurgy, W. i Blass, S. (1993). Attitudes of preschool children toward their peers with disabilities: a year-long investigation in integrated classroom. *Journal of Genetic Psychology*, 154, 215-221.
- Dimmick, J.W., Kline, S. i Stafford, L. (2000). The gratification niches of personal e-mail and the telephone. Competition, displacement, and complementarity. *Communication Research*, 27, 227-248.
- Doise, W., Deschamps, J.C. i Mugny, G. (1980). *Psychologie sociale expérimentale*. París: PUF (Trad. castellà: *Psicología social experimental*. Barcelona: Hispano Europea).
- Drotner, K. (2000). Difference and diversity: trends in young Danes "media uses". *Media, Culture & Society*, 22, 149-166.

- Dumazedier, J. (1968). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.
- Dunn, J. (1992). Siblings and development. *Current Directions in Psychological Science*, 1, 6-9.
- Dunn, J. i Plomin, R. (1990). *Separate lives: why siblings are so different*. Nova York: Basic Books.
- Durkheim, E. (1898). Représentations individuelles et représentations collectives. *Revue de Métaphysique et de Morales*, VI, 273-300.
- Eckerman, C.O. i Didow, S.M. (1988). Lessons drawn from observing young peers together. *Acta Paediatrica Scandinavica*, 77, 55-70.
- Edwards, C.P. (1992). Cross-cultural perspectives on family-peer relations. Dins R.D. Parke i G.W. Ladd (Eds.). *Family-peer relationships: modes of linkage* (pp. 285-316). Hillsdales, NJ: Erlbaum.
- Ekström, K. (2006). Consumer socialization revisited. *Research in Consumer Behavior*, 10, 71-98.
- Eldridge, M. i Grinter, R. (2001). Studying text messaging in teenagers. *CHI 2001 Workshop on Mobile Communication: Understanding User, Adoption and Design*. Seattle, Washington, Abril.
- Elkind, D. (1981). *The hurried child: growing up too fast too soon*. Reading Mass, Addison Wesley.
- Enquesta INRA-Motorola, realitzada el setembre de 2000 entre 307 joves belgues de 12 a 18 anys.
- Eurescom Holanda (2001). *Mobile electronic commerce*. Disponible en versió electrònica: <http://www.eurescom.de/~ftproot/web-deliverables/public/P1100-series/P1102/brochure/brochure.pdf>
- Fabra, M. L. i Domènech, M. (2001). *Hablar y escuchar*. Barcelona: Paidós.
- Fagot, B.I. (1985). Beyond the reinforcement principle: another step toward understanding sex role development. *Developmental Psychology*, 21, 1097-1104.
- Falcke, D. (2003). *Águas passadas não movem moinhos?* Tesi Doctoral. Psicologia. PUCRS. Porto Alegre (Brasil).
- Fanjul, M^a L., Gallego, J. i Granizo, C. (2003). Jóvenes y salud. *Monográfico La Carpetta*, 110, 3- 58.
- Feixa, C. (2001). *Generació @. La joventut del segle XXI*. Barcelona: Observatori Català de la Joventut.
- Feixa, C. (2003). Generación @. La adolescencia en la era digital. *Cuadernos de Pedagogía*, 320, 52-55.
- Feixa, C. (2005). La habitación de los adolescentes. *Papeles del CEIC*, 5, 1-21.
- Feixa, C., García, I. i Recio, C. (2005). Estils de vida i cultura digital: la generació xarxa a Catalunya. Dins CIIMU. *Infància, famílies i canvi social a Catalunya*. Barcelona: Consorci Institut d'Infància i Món Urbà (CIIMU).

- Feixa, C.; González, I.; Martínez, R. i Porzio, L. (2004). Identidades culturales y estilos de vida. Dins C. Gómez-Granell, M. Garcia-Mila, A. Ripoll-Millet i C. Panchón (Eds.). *Infancia y familias. Realidades y tendencias* (pp. 175-204). Barcelona: Ariel.
- Fishbein, M. i Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Addison-Wesley: Reading MA.
- Fisher, B. A. (1978). *Perspective on human communication*. Nova York: Macmillan.
- Fisher, C. (1988). *America calling: a social history of the telephone to 1940*. Berkeley: University of California Press.
- Fishman, J.A. (1978). Interaction: the work women do. *Social Problems*, 25, 397-406.
- Fiske, S.T. (1992). Thinking is for doing: portraits of social cognition from daguerreotype to laserphoto. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 877-889.
- Fize, M. (1999). Naissance de la culture adolescent. Dins L'identité, l'individu, le group, la société (Eds.). *Sciences Humanes* (pp. 179-184). Paris: Presses Universitaires de France.
- Forsyth, D.R. (1990). *Group Dynamics*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Fortunati, L. (1998). *The ambiguous image of mobile phone*. Cost 248 report. Telia, Farsta.
- Fortunati, L. i Manganelli, A.M. (2002). El teléfono móvil de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 59-78.
- Frankfort-Nachmias, C. i Nachmias, D. (1996). *Research methods in the social sciences*. Londres: Arnold.
- Freitas, H. i Janissek, R. (2000). *Análise léxica e análise de conteúdo: técnicas complementares, seqüenciais e recorrentes de dados qualitativos*. Porto Alegre (Brasil): Sphinx.
- Freshwater, D. (2006). Integrating mixed-methods research into healthcare. *Journal of Research in Nursing*, 11 (3), 179-181.
- Fritzsche, Y. (2000). Die quantitative studie: stichprobenstruktur und feldarbeit. Dins Deutsche Shell (Ed.). *Jugend 2000* (pp.181-219). Opladen.
- Frones, I. (1987). The lost childhood or the new one. A I. Frones (ed.). *Childrens, pictures, words and technology* (pp. 10-29). Oslo: Gyldental Norsk forlag.
- Funes, J. (2003). ¿Cómo trabajar con adolescentes sin empezar por considerarlos un problema? *Papeles del Psicólogo*, 84, 1-8.
- Ganong, L.H. i Coleman, M. (1994). *Remarried family relationships*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- García, J.F. i Musitu, G. (1999). *AF5: autoconcepto forma 5*. Madrid: TEA ediciones.

- García, J.F., Musitu, G. i Veiga, F. (2006). Autoconcepto en adultos de España y Portugal. *Psicothema*, 18, 3, 551-556.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. i Signorelli, N. (1980). The "Mainstreaming" of America: violence profile, nº 11. *Journal of communication*, 30 (3), 10-29.
- Gergen, K.J. (1992). *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- Giddens, A. (2000). *Un mundo desbocado. El efecto de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Gil, A., Feliu, J., Rivero, I. i Gil, E.P. (2003). *Noves tecnologies de la informació i la comunicació o noves tecnologies de relació? Infants, joves i cultura digital*. Disponible en versió electrònica: <http://www.uoc.edu/dt/20338/index.html>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, Nova York: Doubleday.
- Gómez, J.M. i Blanco, J. (2005). Los niños en la publicidad. Una propuesta de categorización de las representaciones sociales sobre la infancia en los anuncios televisivos. *Zer*, 19, 53-76.
- González, M. (2005). *El bienestar psicològic em l'adolescència: la perspectiva de les ciències de la complexitat*. Servidor de Tesis Doctorales en xarxa (TDX). Disponible en versió electrònica: <http://www.tdcat.cbuc.es/>
- González, M. (2006). A non-linear approach to psychological well-being in adolescence: some contributions from the complexity paradigm. Girona: Documenta Universitaria.
- Green, N. (2001). How everyday life came virtual: mundane work at the juncture of production and consumption. *Journal of Consumer Culture*, 1, 1, 73-92.
- Green, N. (2002). On the move: technology, mobility, and the mediation of social time and space. *The Information Society*, 18, 4, 281-292.
- Green, N. (2003). Outwardly mobile: young people and mobile technologies. Dins J. Katz (Ed.). *Machines that become us: the social context of personal communication technology* (pp. 201-218) New Brunswick, Nova Jersey: Transaction Publishers.
- Green, N., Harper, R.H.R., Murtagh, G. i Vooper, G. (2001). Configuring the mobile user: sociological and industry views. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, 146-156.
- Grotevant, H. D. i Cooper, C. R. (1985). Patterns of interaction in family relationships and the development of identity formation in adolescence. *Child development*, 56, 415-428.
- Guillard, P., Wale, K. i Bow, A. (1998). The friendly phone. Dins S. Howard (Ed.). *Wired-up: young people and the electronic media*. Londres: UCL/Taylor and Francis.
- Hernández Sampieri, R. et al. (1998). *Metodología de la investigación*. Mèxic: McGraw Hill Interamericana.

- Haddon, L. (1994). The phone in the home: ambiguity, conflict and change. *Conference "e-Usages"*. Paris, 12-14 juny.
- Haddon, L. (1998). Il controllo della comunicazione. Imposizione di limiti all'uso del telefono. Dins L. Forunati (Ed.). *Telecomunicando in Europa*. Milà: Franco Angeli.
- Haddon, L. (2002). Juventud y teléfonos móviles: el caso británico y otras cuestiones. *Revista de estudios de juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 115-124.
- Haddon, L. i Silverstone, R. (1996). *Information and communication technologies and the young elderly*. SPRU/CICT Report Series. Falmer : University of Sussex.
- Halliman, M.T. (1992). Determinants of students' friendship choices. Dins E.J. Lawler, B. Markovsky, C. Ridgeway i H.A. Walker (Eds.). *Advances in group processes* (vol. 9, pp. 163-183). Greenwich, CT: JAI Press.
- Harré, R. i Lamb, R. (1986). *The dictionary of personality and social psychology*. Oxford: Basil Blackwell.
- Harris, M. (1973). What goes up may I stand up. *Natural History*, 81, 18-25.
- Harris, J.R. (1995). Where is the child's environment? A group socialization theory of development. *Psychological Review*, 102, 458-489.
- Harris, J.R. (2000). The outcome of parenting: what do we really know? *Journal of Personality*, 68(3), 625-637.
- Harris, J.R. (2001). Where is the child's environment? A group socialization theory of development (reprinting of *Psychological Review*, 1995). Dins S.E. Hyman (Ed.). *The Science of Mental Health, Vol. 7: Personality and personality disorder*. Nova York: Routledge.
- Harris, J.R. (2003). *El mito de la educación*. Barcelona: Debolsillo.
- Harris, J.R. (2005). Social behavior and personality development: The role of experiences with siblings and with peers). Dins B.J. Ellis i D.F. Bjorklund (Eds.). *Origins of the social mind* (pp. 245-270). Nova York: Guilford Press.
- Harris, J.R. (2006). Are peers more important than parents during the process of development? Yes. Dins A.M. Guest (Ed.). *Taking sides: Clashing views in lifespan development*. Dubuque, Iowa: McGraw-Hill/Dushkin.
- Havighurst, R.J. (1972). *Developmental tasks and education*. Nova York: McKay.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Nova York: Wiley.
- Heurtin, J.P. (1998). La téléphonie mobile, une communication itinérante ou individuelle? Premiers éléments d'une analyse des usages en France. *Réseaux*, 90, 37-50.
- Hinde, R.A. (1979). *Towards understanding relationships*. Londres: Academic Press.

- Hirschfeld, L.A. (1993). Discovering social difference: the role of appearance in the development of racial awareness. *Cognitive Psychology*, 25, 317-350.
- Hjort, T. (2004). *The price of necessity: consumption and scarcity among families with children*. Lund: Lund University (Lund Dissertations in Social Work 20).
- Hjort, T. i Ekström, K.M. (2006). The paradox of consumption: scarcity and affluence in the swedish welfare state. Dins S. González i D. Luna (Eds.). *Latin-American advances in consumer research*. Provo, Utah: Association for Consumer Research.
- Hodge, B. i Tripp, D. (1988). *Los niños y la televisión*. Barcelona: Planeta.
- Hoffman, L.W. (1991). The influence of the family environment on personality: accounting for siblings differences. *Psychological Bulletin*, 110, 187-203.
- Hoffman, L.W. (1998). Cross-cultural differences in child rearing goals. Dins R.A. LeVine, P.M. Miller i M.M. West (Eds.). *Parental behavior in diverse societies* (pp. 99-122). San Francisco, CA: Jossey Bass.
- Höflich, J. (1996). Technisch vermittelte interpersonal kommunikation. Grundlagen –organisatorische medienverwendung- konstitution “elektronischer gemeinschaften”. Opladen.
- Höflich, J. i Rössler, P. (2002). Más que un teléfono: el teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes. Resultados de un estudio piloto. *Revista de estudios de juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 79-99.
- Hogan, D.P. (1985). Parental influences on the timing of early life transitions. *Current perspectives on aging & lifecycle*, 1, 1-59.
- Huebner, E. S. (2004). Research on assessment of life satisfaction of children and adolescents. *Social Indicators Research*, 66, 3-33.
- Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión, teórica y práctica*. Madrid: Siglo XXI.
- Ibáñez, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Sendai.
- Idescat (2008). *Enquesta d'equipaments i ús de les TIC a les llars catalanes 2008*. Disponible en versió electrònica: www.idescat.cat
- Iglesias de Usell, J. (1985). Socialización y control social. Dins S. del Campo et al. (Eds). *Tratado de Sociología*. Madrid: Taurus.
- Ine (2008). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares 2008*. Disponible en versió electrònica: www.ine.es
- Iñiguez, L. (2003). *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: EDIUOC.

- Iranzo, J.M. i Rubén Blasco, J. (2002). *Sobre las identidades*. Navarra: Universidad Pública de Navarra.
- Islam, R. i Hewstone, M. (1993). Intergroup attributions and affective consequences in majority and minority groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 936-950.
- Jaquish, G. A. i Savin-Williams, R.C. (1981). Biological and ecological factors in the expression of adolescent self-esteem. *Journal of Youth and Adolescence*, 10, 473-485.
- Jodelet, D. (1989). *Les représentations sociales*. París: PUF.
- John, D.R. (1999). Consumer socialization on children: a retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, 26, 183-213.
- Johnstone, A. et al. (1995). There was a long pause: influencing turn-taking behavior in human-human and human-computer spoken dialogues. *International Journal of Human Computer Studies*, 41, 383-411.
- Joseph, S., Wetherall, K. i Stringer, M. (1997). Attributions for unemployment in Northern Ireland: does it make a difference what your name is? *Irish Journal of Psychology*, 18, 341-348.
- Kasesniemi, E.L. i Rautiainen, P. (2002). Mobile culture of children and teenagers in Finland. Dins J.E. Katz i M.A. Aakhus (Eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance* (pp. 170-192). Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, J. (1997). *Virtuous reality: how American surrendered discussion of moral values to opportunists, Nitwits and Blockheads like William Bennett*. Nova York: Random House.
- Katz, J.E. i Aakhus, M.A. (2002). Making meaning of mobiles: a theory of Apparategeist. Dins J.E. Katz i M.A. Aakhus (Eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance* (pp. 301-320). Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, E., Blumler, J.G. i Gurevitch, M. (1974). Utilization of media communication by the individual. Dins J.G. Blumler i E. Katz (Eds.). *The uses of mass media: current perspective on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Kehily, M.J. (2003). Youth cultures. Dins M.J. Kehily i J. Swann (Eds.). *Children's cultural worlds* (pp. 229-270). Regne Unit: The Open University Press.
- Kelley, H.H. (1952). Two functions of reference groups. Dins G. Swanson, T. Newcomb i E. Hartley (Eds.). *Society for the psychological study of social issues. Readings in social psychology* (pp. 410-414). Nova York: Holt.
- Kelley, H.H. et al. (1983). *Close relationships*. Nova York: Freeman.
- Klappler, J. (1960). *The effects of mass communication*. Nova York: Free Press.
- Kopomaa, T. (2000). *The city in your pocket. Birth of mobile information society*. Helsinki: University Press Finland.

- Kreppner, K. (1992). Development in a developing context: rethinking the family's role for children's development. Dins L.T. Winegar i J. Valsiner (Eds.). *Children's development within social context: Research and methodology* (vol. 2, pp. 161-182). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Krotz, F. i Hasebrink, U. (2001). Who are the new media user? Dins S. Livingstone i M. Bovill (Eds.). *Children and their changing media environment: a european comparative study* (pp. 245-262). Londres: Lawrence Erlbaum.
- Krueger, R. (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Krueger, R. (1998). *Analyzing and reporting focus groups results*. Califòrnia: Sage Publications.
- Kuczynski, L. (2003). Beyond bi-directionality: bilateral conceptual frameworks for parental-child relations. Dins L. Kuczynski (Ed.). *Handbook of dynamics in parent-child relations* (pp. 3-24). Twin Oaks, CA: Sage.
- Kuczynski, L., Harach, L. i Bernadini, S.C. (1999). Psychology's child meets sociology's child: agency, power and influence in parent-child relations. Dins C. Shehan (Ed.). *Through the eyes of the child: revisioning children as active agents of family life* (pp. 21-52). Stamford, CT: JAI Press.
- Kuczynski, L. i Lollis, S. (1998). Four foundations for a dynamic model of parenting. Dins J. R. M. Gerris (Ed.). *Dynamics of parenting*. Hillsdale, Nova York: L. Erlbaum.
- Lakoff, R. (1975). *Language and women's place*. Nova York: Harper and Row.
- Lasater, C. i Johnson, J.E. (1994). Culture, play and early childhood education. dins J.L. Roopnarine, J.E. Johnson i F.H. Hooper (Eds.). *Children's play in diverse cultures* (pp. 210-228). Albany: State University of New York Press.
- Lasswell, H. B. (1948). The structure and function of communication in society. Dins L. Bryssan (Ed.). *The communication of ideas*. Nueva York: Harper.
- Laursen, B. i Bukowski, W.A. (1997). A developmental guide to the organization of close relationships. *International Journal of Behavioral Development*, 21, 747-770
- Leinbach, M.D. i Fagot, B.I. (1993). Categorical habituation to male and female faces: gender schematic processing in infancy. *Infant Behavior and Development*, 16, 317-332.
- León, J.L. i Olabarria, E. (1993). *Conducta del consumidor y marketing*. Buenos Aires: Espasa Calpe/Deusto.
- Lerner, M. (1974). *Introducción a la psicoterapia de Rogers*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lewin, K. (1970). Field theory and experiment in social psychology. Dins R. Muss (Ed.). *Adolescent behaviour and society*. Nova York: Random House.

- Ling, R. (1998). She calls, (but) it's for both of us you know. The use of traditional fixed and mobile telephony for social networking among Norwegian parents. *R&D Report 33/98*. Kjeller, Norway: Telenor.
- Ling, R. (1999). Los escenarios del teléfono entre los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 46, 67-79.
- Ling, R. (2002). Chicas adolescentes y jóvenes adultos varones: dos subculturas del teléfono móvil. *Revista de estudios de juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 33-46.
- Ling, R. (2004a). The adoption, use and social consequences of mobile communication. *Teletronikk*, 3, 1-13.
- Ling, R. (2004b). *The mobile connection: the cell phone's impact society*. San Francisco: Morgan Kaufman Publishers.
- Ling, R. (2005). Mobile communication vis-à-vis teen emancipation, peer group and deviance. Dins R. Harper, A. Taylor i L. Palen (Eds.). *The inside text: social perspectives on sms in the mobile age* (pp. 175-189). London: Kluwer.
- Ling, R. i Helmersen, P. (2000). It must be necessary, it has to cover a need: the adoption of mobile telephony among pre-adolescents and adolescents. *Seminary of Sosiale konsekvenser av mobiltelefoni*. Telenor, Oslo, juny.
- Ling, R. i Yttri, B. (2002). Hyper-coordination via mobile phone in Norway. Dins J.E. Katz i M.A. Aakhus (Eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance* (pp. 139- 169). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lippman, W. (1922). *Public opinion*. Nova York: McIlan.
- Livingstone, S. i Bovill, M. (2001). *Children and their changing media environment: a european comparative study*. Londres: Lawrence Erlbaum.
- Llull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6(3), 197-209.
- Lobet-Maris, C. i Henin, J. (2002). Hablar sin comunicar o comunicar sin hablar: del GSM al SMS. *Revista de estudios de juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 101-114.
- Loehlin, J.C. (1992). *Genes and environment in personality development*. Newbury Park, CA: Sage.
- Lollis, S. i Kuczynski, L. (1997). Beyond one hand clapping: seeing bidireccionalidad in parent-child relations. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14, 441-461.
- López, F., Etxeberria, I., Fuentes, M.J. i Ortiz, M.J. (1999). *Desarrollo afectivo y social*. Madrid: Pirámide.
- López, J.S. i Scandroglio, B. (2007). De la investigación a la intervención psicosocial: la metodología cualitativa y su integración con la metodología cuantitativa. Dins A. Blanco i J. Rodríguez (Eds.). *Intervención psicosocial* (pp. 555-606). Madrid: Pearson Education.

- Lorente, S. (1999). Sociedad de la información y juventud. *Juventud y la Sociedad Red. Revista de Juventud*, 46, 11-20.
- Lorente, S. (2001a). I-Thou me: me and the cellullar phone. *Conference "Machines that Become Us"*. Rutgers University, 18-19 Abril de 2001.
- Lorente, S. (2001b). Comunicación, relaciones primarias y teléfono móvil. *Congreso de Sociología*. Salamanca, 20-21 setembre de 2001.
- Lorente, S. (2002a). Juventud y teléfonos móviles: algo más que una moda. *Juventud y Teléfonos Móviles. Revista de Juventud*, 52, 9-24.
- Lorente, S. (2002b). *Youth and mobile phones: something more than a fashion*. Disponible en versió electrònica: http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper_Youth_and_mobile.pdf
- Lorente, S. i Vázquez, C. (2002). Communication, urban space and mobile phone. *Internacional Conference on Mobile Communication. "The Social and Cultural Impact /Meaning on Mobile Communication"*. Chunchon, Korea, 13-14 Juliol 2002.
- Luria, A. R. (1981). *Language and cognition*. Nova York: Wiley Intersciences.
- Maccoby, E. (1990). Gender and relationships: a developmental account. *American Psychologist*, 45, 513-520.
- Maccoby, E. (2000). The uniqueness of the parent-child relationship. Dins W.A. Collins i B. Laursen (Eds.). *Relationships as developmental contexts* (pp. 157-175). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Maccoby, E. i Jacklin, C.N. (1987). Gender segregation in childhood. *Advances in Child Development and Behavior*, 20, 239-287.
- Maccoby, E. i Martin, J. (1983). Socialization in the context of the family: parent-child interaction. Dins E.M. Hetherington i P.H. Mussen (Eds.). *Handbook of child psychology: vol. 4. Socialization, personality, and social development* (pp. 1-101). Nova York: Wiley.
- Majan, V., Muller, E. i Bass, F.M. (1990). New product diffusion models in marketing: a review and direction for research. *Journal of Marketing*, 54, 1, 1-27.
- Malo, S. (2004). *El Telèfon mòbil des de la perspectiva dels joves i dels seus progenitors*. Treball de recerca del programa de doctorat "Psicologia i Qualitat de Vida". Institut de Recerca sobre Qualitat de Vida. Universitat de Girona
- Malo, S., Figuer, C., González, M. i Casas, F. (2005). El telèfon mòbil: un ràpid canvi tecnològic i també de relació. *Perspectiva Escolar*, 299, 28-35.
- Malo, S.; Casas, F.; Figuer, C.; i González, M. (2006a). El teléfono móvil: usos, disponibilidad y relaciones por parte de los adolescentes entre 12 y 16 años. *Estudios sobre Educación*, 10, 55-78.

- Manger, T. i Eikeland, O.J. (1997). The effect of social comparison on mathematics self-concept. *Scandinavian Journal of Psychology*, 38, 237-241.
- Mante-Meijer, E. i Heres, J. (2003). Face and plane: the mobile phone and Internet in the Netherlands. Dins J. Katz (Ed.). *Machine that become us: the social context of communication technology* (pp. 127-146). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Mante-Meijer, E. i Haddon, L. (2001). Checking it out with the people – ICT markets and users in Europe. *A report for EURESCOM*. Heidelberg.
- Mante-Meijer, E. i Pires, D. (2002). El uso de la mensajería móvil por los jóvenes en Holanda. *Revista de estudios de juventud. Juventud y teléfonos móviles*, 57, 47-58.
- Marsh, H.W., Kong, C.K. i Hau, K.T. (2000). Longitudinal multilevel models of the big-fish-little-pond effect on academic self-concept: counterbalancing contrast and reflected-glory effects in Hong Kong schools. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 337-349.
- Martin, O. i de Singly, F. (2000). L'évasion amicale. L'usage du téléphone familial par les adolescents. *Réseaux*, 103, 91-118.
- Martínez, M. (1999). *Comportamiento humano. Nuevos métodos de investigación*. Mèxic: Trillas.
- Martínez, J.L. i Fuertes, A. (1999). Importancia del clima familiar y la experiencia de pareja en las relaciones de amistad adolescentes. *Revista de Psicología Social*, 14, 235-250.
- McCartney, K., Roberson, W.W., Jordan, E. i Mouradian, V. (1991). Mother's language with first and second born children: a within family study. Dins K. Pillemer i K. McCartney (Eds.). *Parent-child relations throughout life* (pp. 125-142). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- McCombs, M. (1994). News influences on our pictures of the world. Dins I. Bryant i D. Zillmann (Eds.). *Media effects* (pp. 1-16). Hillsdale, NJ: LEA.
- McDougall, J., i Chantrey, D. (2004). The making of tomorrow's consumer. *Market Research Society*, Vol. 5, No. 4, 8-18.
- McGue, M., Bouchard, T., Iacono, W.G. i Lykken, D.T. (1993). Behavioral genetics of cognitive ability: a life-span perspective. Dins R. Plomin i G.E. McClearn (Eds.). *Nature, nurture and psychology* (pp. 59-76). Washington, DC: American Psychological Association.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- McLuhan, M. i Fiore, Q. (1967). *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory* (1ª ed.). Londres: Sage
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2000). *JIM 2000. Jugend, Information, (Multi-) Media*. Baden-Baden, Dezember. Disponible en versió electrònica: <http://www.mpfs.de/projekte/jim2000.html>.

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2001). *JIM 2000. Jugend, Information, (Multi-) Media. Deutlich mehr handys als computer im besitz jugendlicher*. Baden-Baden, October. Disponible en versió electrònica: <http://www.mpfs.de/projekte/jim2001.html>.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2006). *JIM 2006. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Baden-Baden, November. Disponible en versió electrònica: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf06/JIM-Studie_2006.pdf.
- Megías, E. (2002). *Hijos y padres: comunicación y conflictos*. Madrid: FAD.
- Melendo, M. (1985). *Comunicación e integración personal*. Santander: Sal Terrae.
- Monjas, M.I., García, B., Elices, J.A., Francia, M.V. i de Benito, M.P. (2004). *Ni sumisas ni dominantes. Los estilos de relación interpersonal en la infancia y la adolescencia*. Memòria d'investigació de la Convocatòria 2002 d'Ajudes destinades a la realització d'investigacions i estudis sobre les dones (MTAS).
- Moore, E.S. i Wilkie, W.L. (2005). We are who we are? Intergenerational influences in consumer behavior. Dins S. Ratneshwar i D.G. Mick (Eds). *Inside consumption. Consumer motives, goals and desires* (pp. 208-232). Nova York: Routledge.
- Moore, G. (1990). Structural determinants of men's & women's personal networks. *American Sociological Review*, 55, 726-735.
- Moral, M.V, i Ovejero, A. (2004). Jóvenes, globalización y postmodernidad: crisis de la adolescencia social en una sociedad adolescente en crisis. *Papeles del Psicólogo*, 25, 87, 72-79.
- Moral, M.V. (2005). La juventud como construcción social: análisis desde la psicología social de la adolescencia. *Revista Electrónica Iberoamericana de Psicología Social*, vol. 3, n.1. Versió electrònica disponible a: <http://www.psico.uniovi.es/REIPS/>
- Moran-Ellis, J., Alexander, V.D., Cronin, A., Dickinson, M., Fielding, J., Slaney, J. i Thomas, H. (2006). Triangulation and integration: processes, claims and implications. *Qualitative Research*, 6 (1), 45-59.
- Morgan, D.L. (1997). *Focus Group as Qualitative Research. Qualitative Research Methods Series*. Volum 16. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Morley, D. (1986). *Family television: cultural power and domestic leisure*. Londres: Comedy Publishing Group.
- Moscovici, S. (1976). *La psicoanalyse. Son image et son public*. París : PUF.
- Moscovici, S. (1981). On social representations. Dins J.P. Forgas (Ed.). *Social cognition: perspectives on everyday understanding* (pp. 181-209). Londres: Academic Press.
- Moscovici, S. (1982). The coming era of social representations. Dins J.P. Codol i J.P. Leyens (Eds.). *Cognitive approaches to social behaviour*. La Haya: Nijhoff.

- Munné, F. (1986). *La construcción de la psicología social como ciencia*. Barcelona: Alamex.
- Munné, F. (1994). *La psicología social com a ciència teòrica*. Barcelona: PPU.
- Munné, F. (1995). *La interacción social. Teorías y ámbitos*. Barcelona: PPU.
- Munné, F. (2004). El retorno de la complejidad y la nueva imagen del ser humano: hacia una psicología compleja. *Revista Intramericana de Psicología*, 38(1), 15-22.
- Muriel, C. i Nueno, J.L. (2004). *Marketing infantil: el consumidor de hoy y de mañana*. Madrid: Ediciones Deusto.
- Musitu, G., Buelga, S., Lila, M. i Cava, M.J. (2001). *Familia y adolescencia. Un modelo de análisis e intervención psicosocial*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Musitu, G. i Cava, M.J. (2002). El rol del apoyo social en el ajuste de los adolescentes. *Intervención psicosocial*, 12, 2, 179-192.
- Musitu, G., Román, J.M. i Gracia, E. (1988). *Familia y educación*. Barcelona: Labor.
- Nafus, D. i Tracey, K. (2002). Mobile phone consumption and concepts of person. Dins J.E. Katz i M.A. Aakhus (Eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance* (pp. 206-221). Cambridge: Cambridge University Press.
- Naval, C., Lara, S., Portilla, I. i Sádaba, C. (2002). *Impacto de las tecnologías de la comunicación en la juventud Navarra, 2001*. Pamplona: Universidad de Navarra e Instituto Navarro de Deporte y Juventud. Disponible en versió electrònica: <http://www.unav.es/noticias/textos/141103-02.html>
- Naval, C., Sádaba, C. i Bringué, X. (2003). *Impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las relaciones sociales de los jóvenes navarros*. Gobierno de Navarra. Instituto Navarro de Deporte y Juventud. Disponible en versió electrònica: <http://www.unav.es/noticias/textos/141103-02.html>
- Navarro, R. i Gil, E. (2004). *Usabilidad en aplicaciones móviles (II): cómo diseñar una interfaz intuitiva a partir de estudios con usuarios*. Disponible en versió electrònica: http://www.umtsforum.net/mostrar_articulos.asp?u_action=display&u_log=100
- Negroponete, N. (1999). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Noller, P. i Callan, V. (1991). *The adolescent in the family*. Londres: Routledge.
- Novè Seminari sobre Mitjans, organitzat per AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión). Palma de Mallorca, 11 i 12 novembre de 2004.
- Nurmela, J. (1997). The finns and modern information technologies. *Reviews 1997/12*. Helsinki: Statistics Finland.
- Nurmela, J. (1998). Does modern information technologies select its users? *Reviews 1998/5*. Helsinki: Statistics Finland.

- Nurmela, J., Heinonen, R., Ollila, P. i Virtanen, V. (2000). The cell phone and laptop in dau-to-day Finnish life. *Reviews 2000/2*. Helsinki: Statistics Finland.
- Observatorio de la Juventud en España (2007). *Juventud en Cifras, Ocio y Tiempo Libre*. INJUVE. Disponible en versió electrònica:
<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.type.action?type=1334137758&menuId=1334137758>
- Oftel (2001). *Consumers' use of mobile telephony: oftel residencial survey Q6*. Agost, 2001.
- Ohmae, K. (1995). *The end of the nation state*. Nova York: Harper Collins.
- Oksman, V. i Rautiainen, P. (2002). Toda mi vida en la palma de mi mano: la comunicació mòvil en la vida diària de nens i adolescents de Finlàndia. *Revista de estudis de joventut. Joventut i telèfons mòvils*, 57, 25-32.
- Oksman, V. i Turtiainen, P. (2004). Mobile communication as a social stage. The meanings of mobile communication among teenagers in Finland. *New Media & Society*, 6(3), 319-339.
- Opaschowski, H.W. (1999). *Generation @*. Hamburg.
- O'sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. i Fiske, J. (1994). *Key concepts in communications and cultural studies*. Londres: Routledge.
- Otero, M.D. (2001). A propósito de la telefonía mòvil. Una reflexió desde la perspectiva de la psicología individual y social. *Ámbitos. Revista de Comunicación Social*, 6, 1, 211-235.
- Palen, L., Salzman, M. i Youngs, E. (2001). Discovery and integration of mobile communications in everyday life. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5, 109-122.
- Palmori, A., Pombeni, M.L. i Kirchler, E. (1989). Peer-groups and evolution of the self-system in adolescence. *European Journal of Psychological Education*, 4, 3-15.
- Papert, S. (1993). *The children's machine: rethinking school in the age of the computer*. Nova York: Basic Books. (Trad. al castellà: La máquina de los niños: replantear-se la educación en la era de los ordenadores. Barcelona: Paidós, 1995).
- Papert, S. (1996). *The connected family: Bridging the digital generation gap*. Atlanta, GA: Longstreet.
- Parke, R.D. i Buriel, R. (1998). Socialization in the family: Ethnic and ecological perspectives. Dins W. Damon i N. Eisenberg (Eds.). *Handbook of child psychology* (pp. 463-552). Nova York: John Willey and Sons.
- Pérez Tornero, J.M. (2000). El ansia de identidad juvenil y la educación. Del individualismo mediático contemporáneo y las estrategias educativas. *Anuario de Psicología*, 31(2), 59-71.
- Pérez, C. (2001). *Técnicas estadísticas con SPSS*. Madrid: Pearson Educación.

- Peters, J. (1999). *Speaking into the air: a history of the idea of communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Peterson, G. W. i Haan, D. (1999). Socializing children and parents in families. Dins M.B. Sussman, S.K. Steinmetz i G.W. Peterson (Eds.). *Handbook of marriage and family* (2^a edició). Nova York: Plenum.
- Peterson, P. i Ling, R. (2002). Mobile end-user service adoption studies: a selective review. *Scandinavian Journal of Information Sciences*, 14, 5-25.
- Peterson, G.W. i Rollins, B.C. (1987). Parent-Child Socialization. Dins M.B. Sussman i S.K. Steinmetz (Eds.). *Handbook of Marriage and the Family*. New York: Plenum.
- Pindado, J. (2006). Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente. *Zer*, 21, 11-22.
- Plomin, R. (1990). *Nature and nurture: an introduction to human behavioral genetic*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Plomin, R. i Daniels, D. (1987). Why are children in the same family so different from one another? *Behavioral and Brain Sciences*, 10, 1-60.
- Pollard, A. (1984). Goodies, jokers and gangs. Dins M. Hammersley i P. Woods (Eds.). *Life in school: the sociology of pupil culture*. Milton Keynes: The Open University Press.
- Postman, N. (1983). *The disappearance of childhood*. Londres: W.H. Allen.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*. Nova York: Penguin.
- Postman, N. (1992). *Technopoly: the surrender of culture to technology*. Nova York: Knopf.
- Prout, A. (2003). Participation, policy and conditions of childhood. Dins C. Hallet i A. Prout (Eds.). *Hearing the voices of children*. Londres: RoutledgeFalmer.
- Pujol, J. (2002). El pensament social. Dins M. Botella; M. Domènech; T. Ibáñez; L. Íñiguez; M. Pujal i J. Pujol (Eds.). *Psicologia Social* (pp. 205-216). Barcelona: Editorial UOC.
- Pujol, R.M. (1996). *Educación y consumo: la formación del consumidor en la escuela*. Barcelona: ICE Universitat de Barcelona.
- Puro, J.P. (2002). Finland: a mobile cultura. Dins J.E. Katz i M.A. Aakhus (Eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance* (pp. 19-29). Cambridge: Cambridge University Press.
- Qvortrup, J. (1992). El niño como sujeto y objeto: ideas sobre el programa de infancia en el Centro Europeo de Viena. *Infancia y Sociedad*, 15. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.

- Qvortrup, J. (1994). *Formas de acercarse a las vidas y actividades de los niños en Investigación y políticas de infancia en Europa en los años 90*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Qvortrup, J. et al. (1994). *Childhood matters. Social theory, practice and politics*. Avebury, Vienna: European Centre Vienna.
- Rakow, L.F. (1988). Women and telephone: the gendering of a communications technologies. Dins C. Kramarae (Ed.). *Technology and women's voice: keeping in touch* (pp. 207-229). Nova York: Routledge.
- Rakow, L.F. (1992). *Gender on the line*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Red.es (2005). *Infancia y adolescencia en la sociedad de la información. Análisis de la relación con las TIC en el hogar*. Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información. Disponible en versió electrònica:
http://observatorio.red.es/estudios/documentos/infancia_tecnologia.pdf
- Red.es (2007). *Actualidad europea sobre la sociedad de la información*. Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información. Disponible en versió electrònica:
http://observatorio.red.es/documentacion/actualidad/boletines/020407_telecomunicaciones.pdf
- Reese, H. W. i Overton, W. F. (1970). Models of Development and Theories of Development. Dins R Goulet i P. B. Baltes (Es.). *Life-span developmental psychology*. Nova York: Academic Press.
- Reiss, H.G.T., Collins, W.A. i Berscheid, E. (2000). The relationship context of human behavior and development. *Psychological Bulletin*, 126, 844-872.
- Rodríguez, I. (2006). Infancia y nuevas tecnologías: un análisis del discurso sobre la sociedad de la información y los niños. *Política y Sociedad*, 43, 1, 139-157.
- Rogers, C. (1985). *Terapia, personalidad y relaciones interpersonals*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rogers, E.M. (1995). *Difusión of innovations*. Nova York: The Free Press.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: Princeton University Press (Trad. castellà: *La autoimagen del adolescence y la sociedad*. Buenos Aires: Paidós, 1973).
- Rosenthal, C. (1985). Kinkeeping: the familial division of labor. *Journal of Marriage & the Family*, 47, 965-974.
- Ross, M. i Holmberg, D. (1990). Recounting the past: gender difference. Dins J. Olsen i M. Zanna (Eds.). *Self-reference processes* (pp. 135-152). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Rowe, D.C. (1994). *The limits of family influence: genes, experience and behaviour*. Nova York: Guilford Press.
- Rubin, A. M. (1994). Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. Dins J. Bryant y D. Zillamn (Eds.). *Media effects* (pp. 417-436). Hillsdale, NJ: LEA.

- Ruiz Olabuénaga, J. I. (1997). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Rushkoff, D. (1996). *Playing the future: how kid' culture can teach us to thrive in an age of chaos*. Nova York: Harper Collins.
- Russell, A., Petit, G. i Mize, J. (1998). Horizontal qualities in parent-child relationships: parallels with and possible consequences for children's peer relationships. *Developmental Review*, 18, 313-352.
- Salzinger, S. (1990). Social networks in child rearing and child development. *Annals of the New York Academy of Science*, 602, 171-188.
- Sánchez, J.J. (1993). Televisión y familia: comunicación familiar, pasividad y rendimiento escolar. *Sociedad y Utopía*, 1, 59-82.
- Sanders, B. (1995). *A is for Ox: the collapse of literacy and the rise of violence in an electronic age*. Nova York: Vintage.
- Santos Guerra, M. (1990). *Hacer visible lo cotidiano. Teoría práctica de la evaluación cualitativa en centros escolares*. Madrid: Akal Universitaria.
- Sattle, J.W. (1976). The inexpressive male: tragedy or sexual politics. *Social Problems*, 23, 469-477.
- Scarr, S. (1992). Developmental theories for the 1990s: development and individual differences. *Child Development*, 63, 1-19.
- Schachter, F.F. i Stone, R.K. (1985). Difficult sibling, easy sibling: temperament and the within-family environment. *Child Development*, 56, 1335-1344.
- Schwab, J. i Stegman, M. (1999). *Die Windows-Generation*. München.
- Schwartz, S.J. i Montgomery, M.J. (2002). Similarities or differences in identity development? The impact of acculturation and gender on identity process and outcome. *Journal of Youth and Adolescence*, 31, 5, 359-372.
- Scout, M. D. i Powers, W. G. (1985). *La comunicación interpersonal como necesidad*. Madrid: Narcea.
- Seguí, J. i Gil, A. (2006). Teléfonos Móviles: ¿Ángeles o Demonios? Reflexiones para un análisis Psicosocial desde la noción de Tecnologías de Relación. *III Congreso online. Observatorio para la cibersociedad*.
- Seguí, J. i Gil, A. (2007). Nosotras, nosotros, los teléfonos móviles y todo lo demás. Aproximaciones a los discursos sobre la relación constante en la vida cotidiana. *X Congreso Nacional de Psicología Social. Psicología Social: Un encuentro de perspectivas*. Cádiz, 26-28 de setembre.
- Sherif, M., Harvey, O.J., White, B.J., Hood, W.R. i Sherif, C.W. (1961). *Intergroup cooperation and competition: the Robbers Cave experiment*. Norman, OK: University Book Exchange.

- Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. Londres: Routledge.
- Silverstone, R. i Haddon, L. (1996a). *Television, cable and AB households: a report for Telewest*. University of Sussex.
- Silverstone, R. i Haddon, L. (1996b). Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and every life. Dins R. Silverstone i R. Mansell (Eds.). *Communication by design. The politics of information and communication technologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Skelton, F. (1989). Teenagers and the telephone. *Australian Journal of Communication*, 15, 21-24.
- Smetana, J.G. (1989). Adolescents' and parents' reasoning about actual family conflict. *Child development*, 60, 1052-1067.
- Smith, R. (1985). *A handbook of social science methods*. Nova York: Praeger
- Smith, A.B. (2007). Children as social actors: an introduction. *The International Journal of Children's Rights*, 15, 1, 1-4.
- Snyder, C.R. i López, S.J. (2002). *Handbook of positive psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Sattel, J.W. (1976). The inexpressive male: tragedy or sexual politics. *Social Problems*, 23, 77-469.
- Solomon, J. i George, C. (1999). The measurement of attachment security in infancy and childhood. Dins J.C. Cassidy i P.R. Shaver (Eds.). *Handbook of attachment: theory, research and clinical applications* (pp. 287-316). Nova York: The Guilford Press.
- Specht, M., Sperandio, J.C. i De la Garza, G. (1999). L'utilisation réelle des objets techniques du quotidien par les personnes âgées. *Réseaux*, 96, 97-120.
- Special Eurobarometer 274 (2007). *E-communications household survey*. Disponible en versió electrònica: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_274_en.pdf
- Steinberg, L. (1990). Interdependence in the family: autonomy, conflict, and harmony in the parent-adolescent relationships. Dins S.S. Feldman i G.L. Elliot (Eds.). *At the Threshold: the developing adolescent* (pp. 255-276). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Steward, J. i D'Angelo, G. (1976). *Together. Communicating interpersonally*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Suess, D.; Suoninen, A.; Garitaonandia, C.; Juaristi, P.; Koikkalainen, R. i Oleaga, J. A. (1998). Media use and the relationships of children and teenagers with their peer groups. *European Journal of Communication*, 13 (4), 521-538.
- Suoninen, A. (2001). The role of media in peer group relations. Dins S. Livingstone i M. Bovill (Eds.). *Children and their changing media environment: a european comparative study* (pp. 201-219). Londres: Lawrence Erlbaum .

- Suoranta, J. i Ylä-Kotola, M. (2000). *Media education in a simulation culture*. Porvoo, Finlàndia: WSOY.
- Sirgy, M.J., Lee, D.-J. i Bae, J. (2006). Developing a measure of Internet well-being: nomological (predictive) validation. *Social Indicators Research*, 78(2), 205-249.
- Sirgy, M.J., Lee, D.-J., Kamra, K. i Tidwell, J. (2007). Developing and validating a measure of consumer well-being in relation to cell phone use. *Social Indicators Research*, 2, 95-123.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in inter-group discrimination. *Scientific American*, 223, 96-102.
- Tajfel, H. i Turner, J.C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. Dins W.G. Austin i S. Worschel (Eds.). *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterrey, CA: Brooks/Cole.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the net generation*. Nova York: McGraw Hill.
- Tarrant, M. (2002). Adolescent groups and social identity. *Social Development*, 11, 110-123.
- Tarrant, M. i North, A.C. (2004). Explanations for Positive and Negative Behavior: The Intergroup Attribution Bias in Achieved Groups. *Current Psychology*, 23, 2, 161-172.
- Tarrant, M., North, A.C., Eldridge, M.D., Kirk, L.E., Smith, E.A. i Turner, J.C. (2001). Social identity in adolescence. *Journal of Adolescence*, 24, 597-609.
- Tarrant, M., North, A.C. i Hargreaves, D.J. (2004). Adolescents' intergroup attributions: a comparison of two social identities. *Journal of Youth and Adolescence*, 33, 3, 177-185.
- Taylor, A. i Harper, R. (2001). Talking activity: young people and mobile phones. *CHI 2001 Workshop on Mobile Communication: Understanding User, Adoption and Design*. Seattle, Washington, Març.
- Taylor, N., Tapp, P. i Henaghan, M. (2007). Respecting children's participation in family law proceedings. *The International Journal of Children's Rights*, 15, 1, 61-82.
- Tesser, A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. Dins L. Berkowitz (Ed.). *Advances in experimental social psychology* (vol. 21, pp. 81-227). San Diego, CA: Academic Press.
- Thomas, A. i Chess, S. (1977). *Temperament and development*. Nova York: Brunner/Mazel.
- Thornton, S. (1997). Introduction to subculture. Dins K. Gelber i S. Thornton (Eds.). *The subcultures reader*. Londres: Routledge.
- Tjostheim, I. i Boge, K. (2001). *Mobile comerse-who are the potentail customers? Proceedings os the COTIM-2001*. Kingston, Rhode Island.
- Tomás, J.M. i Oliver, A. (2004). Análisis psicométrico confirmatorio de una medida multidimensional del autoconcepto español. *Revista Interamericana de Psicología*, 38, 2, 285-293.

- Treichler, P.A. i Kramarae, Ch. (1983). Women's talk. *Communication Quarterly*, 31 (2), 118-132.
- Trenholm, S., i Jensen, A. (2004). *Interpersonal communication*. Nova York: Oxford University Press.
- Trianes, M.V., Muñoz, A. i Jiménez, M. (1997). *Competencia social: su educación y tratamiento*. Madrid: Pirámide.
- Trommsdorff, G., Zheng, G. i Tardiff, T. (2002). Valu of children and intergenerational relations in cultural context. Dins P. Boski, J.R. Fons van de Vijver i A.M. Chodynicka (Eds). *New directions in cross-cultural psychology* (pp. 581-601). Warsaw, Poland: Polish Psychological Association.
- Turner, J.C. (1987). *Rediscovering the social group: a self-categorization theory*. Oxford, England: Basil Blackwell.
- Urra, J. (2002). Prólogo. Dins J.M. Fernández Millán i G. Buela-Casal (Eds.). *Manual para padres desesperados... con hijos adolescents* (pp. 11-16). Madrid: Pirámide.
- Vallés, M.S. (2001). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Van Ijzendoorn, M.H. i Kroonenberg, P.M. (1988). Cross-cultural patterns of attachment: a meta-analysis of the strange situation. *Child Development*, 59, 147-156.
- Vaux, A.; Phillips, J.; Holly, L.; Thomson, B.; Williams, D. i Stewart, D. (1986). The Social Support Appraisals (SS-A) Scale: studies of Reliability and Validity. *American Journal of Community Psychology*, 14(2), 195-219.
- Venkatesh, V. i Davis, F.D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46, 186-204.
- Vera, J. (2005). Medios de comunicación y socialización juvenil. *Revista de Estudios de Juventud*, 68, 19-31.
- Vereecken, C. A., Inchley, J., Subramanian, S.V., Hublet, A. i Maes, L. (2005). The relative influence of individual and contextual socio-economic status on consumption of fruit and soft drinks among adolescents in Europe. *The European Journal of Public Health*, 19, 2-9.
- Verhellen, E. (1992). *The Convention on the rights of the child*. Garant, Brusel·les.
- Vershinskaya, O. (2002). Comunicación móvil como fenómeno social: la experiencia rusa. *Revista de Estudios de Juventud. Juventud y Teléfonos Móviles*, 57, 139-149.
- Vershinskaya, O. (2003). Information and Communication Technology in Russian Families. A J.E. Katz (ed.), *Machines that become us: The social context of personal communication technology* (pp. 117-126). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Viñas, F. (2005). Los adolescentes antes las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación: problemas asociados al uso de Internet y la telefonía móvil. Dins E. Doménech-

- Llberia (Ed.). *Actualizaciones en psicología y psicopatología de la adolescencia* (pp.235-253). Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Vygotski L. S. i Luria, A. R. (1993). *Studies on the history of behavior: ape, primitive and child*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Wagner, A., Carpenedo, C., Petrucci, L. i Grazziotin, P. (2005). Estratégias de comunicação familiar: a perspectiva dos filhos adoslescentes. *Psicologia: Reflexao e Crítica*, 18, 2, 277-282.
- Watzlawick, P., Beavin, J. H. i Jackson, D. D. (1981). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder (2ª ed.).
- Weiler, S. (1999). *Die neue mediengeneration*. Munich.
- Weingarten, K. (1991). The discourses of intimacy: adding a social constructionist and feminist view. *Family Process*, 30, 285-305.
- Wellman, B. (1992). Men networks: private communities, domestic friendships. Dins P. Nardi (Ed.). *Men's friendships* (pp. 74-114). Newbury Park: Sage.
- Wellman, B. i Wortley, S. (1989). Brothers' keepers: situating kinship relations. *Sociological Perspectives*, 32 (3), 273-306.
- Wertsch, J. V. (1985). *Vygotski y la formación social de la mente*. Barcelona: Paidós.
- Wertsch, J. V., del Río, P. i Álvarez, A. (1997). *La mente sociocultural. Aproximaciones teóricas y aplicadas*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- Wilder, D.A. (1986). Cognitive factors affecting the success of intergroup contact. Dins S. Worchel i W.G. Austin (Eds.). *Intergroup relations* (pp. 49-66). Chicago: Nelson-Hall.
- Willis, P. (1991). *Jugend-stile. Zur ästhetik der gemeinsamen kultur*. Berlin.
- Winn, M. (1983). *Children without childhood*. Harmondsworth: Penguin.
- Wright, C. R. (1960). The functional analysis of mass communication. *Public Opinion Quarterly* (25), 605-620.
- Xerox (2001). Xerox-studie: SMS ist die bevorzugte form der kommunikation under teenagern. Pressinformatio. Disponible em versió electrònica: www.xerox.de/news_print.asp?n_id=320
- Ziehe, T. (1991). *New youth. Apology for unconventional learning*. Tampere, Finlàndia: Vastapaino.
- Zimbardo, P.G. (1972). Pathology of imprisonment. *Society*, 9, 4-8.
- Zukow, P.G. (1989). Siblings as effective socializing agents: evidence from Central Mexico. Dins P.G. Zulow (Ed.). *Siblings interaction across cultures: theoretical and methodological issues* (pp. 79-104). Nova York: Springer-Verlag.

ANNEXES

ANNEX 1: Perfil de nois i noies participants en els grups de discussió

Cursos	Nom del grup	Data i hora	Composició del grup	Número de participants
1r ESO	Illa de Rodes Mixt 1	14/05/04 11:30 a 12:30 h.	Grup de quatre nois i noies de 1er d'ESO, d'edats compreses entre els 12 i 13 anys.	8
	Pompeu Fabra Nois 1	25/05/04 12:30 a 13:30 h.	Grup de vuit nois de 1er d'ESO, d'edats compreses entre els 12 i 13 anys.	8
	Illa de Rodes Nois 1	11/06/04 11:30 a 12:30 h.	Grup de viut nois de 1er d'ESO, d'edats compreses entre els 12 i 13 anys.	8
2n ESO	Pere Alsius i Torrent Mixt 2	18/05/04 13:00 a 13:55 h.	Grup de quatre nois i noies de 2n d'ESO, d'edats compreses entre els 13 i 14 anys.	8
	Llançà Nois 2	19/05/04 12:15 a 13:15 h.	Grup de vuit nois de 2n d'ESO, d'edats compreses entre els 13 i 14 anys.	8
	Cendrassos Noies 2	24/05/04 12:45 a 13:45 h.	Grup de vuit noies de 2n d'ESO, d'edats compreses entre els 13 i 14 anys.	8
3r ESO	Pere Alsius i Torrent Mixt 3	18/05/04 15:25 a 16:20 h.	Grup de quatre nois i noies de 3er d'ESO, d'edats compreses entre els 14 i 15 anys.	8
	Llançà Noies 3	19/05/04 11:15 a 12:15 h.	Grup de vuit noies de 3er d'ESO, d'edats compreses entre els 14 i 15 anys.	8
	Olivar Gran Mixt 3.1	20/05/04 12:30 a 13:30 h.	Grup de quatre nois i noies de 3er d'ESO, d'edats compreses entre els 14 i 15 anys.	8
	Cendrassos Nois 3	21/05/04 12:45 a 13:45 h.	Grup de vuit nois de 3er d'ESO, d'edats compreses entre els 14 i 15 anys.	8
	Olivar Gran Mixt 3.2	27/05/04 12:30 a 13:30 h.	Grup de quatre nois i noies de 3er d'ESO, d'edats compreses entre els 14 i 15 anys.	8
4t ESO	Pere Alsius i Torrent Nois 4	18/05/04 12:05 a 13 h.	Grup de vuit nois de 4rt d'ESO, d'edats compreses entre els 15 i 16 anys.	8
	Llançà Noies 4	19/05/04 9:45 a 10:45 h.	Grup de vuit noies de 4rt d'ESO, d'edats compreses entre els 15 i 16 anys.	8
	Cendrassos Mixt 4	21/05/04 13:45 a 14:45 h.	Grup de quatre nois i noies de 4rt d'ESO, d'edats compreses entre els 15 i 16 anys.	8

ANNEX 2: Perfil de pares i mares participants en els grups de discussió

Nom del grup	Data i hora	Composició del grup	Número de participants
AMPA Olivar Gran	20/01/05 20 a 21:15 h.	Grup de 5 mares.	5
AMPA Pompeu Fabra	21/01/05 18 a 19:15 h.	Grup de 4 mares i 5 pares.	9
AMPA Illa de Rodes	25/01/05 20 a 21:15 h.	Grup de 4 mares i 5 pares.	9
AMPA Llança	01/02/05 19 a 20:15 h.	Grup de 10 mares.	10
AMPA Pere Alsius i Torrent	01/03/05 21 a 22:15 h.	Grup de 4 mares i 4 pares.	8

ANNEX 3: Qüestionari administrat als adolescents (12-16 anys)



Un equip d'investigadors que treballem a la Universitat estem interessats en conèixer què pensem la gent jove sobre alguns dels equipaments electrònics que utilitzeu (televisió, videojocs, ordinadors, etc.,...), i les coses que feu amb ells. També us volem demanar informació sobre d'altres activitats que realitzeu i conèixer algunes opinions vostres, sobretot en relació a les coses que us agraden i us satisfan.

Estarem molt agraïts si ens fas el favor de contestar aquest qüestionari. Et preguem que contestis amb tota sinceritat, sobretot les preguntes que hi ha al final, que són més personals. Les respostes les tractarem de forma ANÒNIMA, és a dir, ningú sabrà què has contestat.

Et preguem que per a cada pregunta que tingui escrites possibles respostes facis una **rodoneta** al voltant d'aquella resposta que correspongui al teu cas o a la teva opinió personal. No hi ha respostes bones ni dolentes, ens interessa **només** saber la teva opinió.

Curs: _____

Nom escola o IES: _____

Codi numèric: _____

- La meua edat és de _____ anys.
- Sóc: Noi Noia
- Visc a la ciutat o poble de: _____

1. Ens agradaria que ens facilitessis la informació que et demanem a continuació sobre els equipaments audiovisuals que **tu tens** i els que **fas servir**:

	En tens de teu o teus?		N'hi ha d'altres a casa teva, que no són teus, però que els fas servir?		N'utilitzes d'altres sovint, però fora de casa teva?	
	sí	no	sí	no	sí	no
Televisor						
Ordinador						
Internet						
Videoconsola						
Videojocs per a ordinador						
Telèfon mòbil						

2. Per a què acostumes a fer servir el **mòbil**?

Si no fas servir mai el mòbil, posa una creu aquí i passa a la pregunta següent

	Mai	Ocasionalment	A vegades	Sovint	Molt sovint
Petar la xerrada amb amics	1	2	3	4	5
Parlar amb els pares	1	2	3	4	5
Enviar missatges breus	1	2	3	4	5
Connectar a Internet	1	2	3	4	5
Quedar amb els amics	1	2	3	4	5
Fer fotos	1	2	3	4	5
Jugar a jocs	1	2	3	4	5
Altres coses (dir quines)					
.....	1	2	3	4	5
.....	1	2	3	4	5

3. **Com de fàcil o difícil** et seria viure sense algun d'aquests mitjans audiovisuals?

	Seria molt difícil	Seria més aviat difícil	Indiferent	Seria més aviat fàcil	Seria molt fàcil
Televisió	1	2	3	4	5
Ordinador	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
Videojocs	1	2	3	4	5
Telèfon mòbil	1	2	3	4	5

4. Quan parles de les coses interessants que fas o mires amb qualsevol d'aquests instruments audiovisuals (televisió, ordinador, Internet, videojocs, mòbil), **amb quines persones** ho fas?

	Mai	Poc	A vegades	Sovint	Molt sovint
Amb el pare	1	2	3	4	5
Amb la mare	1	2	3	4	5
Amb els germans	1	2	3	4	5
Amb algun mestre/a o professor/a	1	2	3	4	5
Amb amics de la meva edat	1	2	3	4	5
Amb amics més grans	1	2	3	4	5

5. **Quantes hores** vas fer servir cadascun d'aquests instruments?

	Ahir (si ahir era diumenge, contesta pensant en l'últim divendres)	L'últim diumenge
Televisió		
Ordinador		
Internet		
Videojocs		
Telèfon mòbil		

6. Et preocupes d'estar **ben informat o informada** sobre allò que pots veure o fer amb:

	Gens	Poc	Moderadament	Bastant	Molt
La televisió	1	2	3	4	5
L'ordinador	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
La videoconsola	1	2	3	4	5
Videojocs per a ordinador	1	2	3	4	5
El telèfon mòbil	1	2	3	4	5

7. Quin grau d'**interès** creus que tens en l'actualitat per:

	Gens	Poc	Moderadament	Bastant	Molt
La televisió	1	2	3	4	5
L'ordinador	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
La videoconsola	1	2	3	4	5
Videojocs per a ordinador	1	2	3	4	5
El telèfon mòbil	1	2	3	4	5

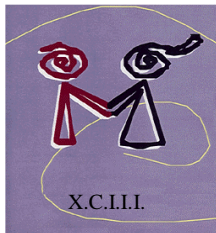
8. Indica el teu grau d'acord amb les deu afirmacions següents.

	Molt en desacord	En desacord	Indiferent	D'acord	Molt d'acord
Globalment, em sento satisfet/a amb mi mateix/a	1	2	3	4	5
Creç que de vegades no serveixo per a res	1	2	3	4	5
Intueixo que tinc un nombre determinat de bones qualitats	1	2	3	4	5
Sóc capaç de fer moltes coses tan bé com les fan els altres	1	2	3	4	5
Tinc la sensació que no tinc moltes coses per estar orgullós	1	2	3	4	5
A vegades em sento totalment inútil	1	2	3	4	5
Creç que sóc una persona dotada de cert valor, almenys igual que els altres	1	2	3	4	5
M'agradaria poder tenir més respecte per a mi mateix/a	1	2	3	4	5
En definitiva, m'inclino a sospitar que sóc un/a fracassat/da	1	2	3	4	5
Adopto una actitud positiva respecte de mi mateix/a	1	2	3	4	5

9. A continuació hi ha una llista d'afirmacions sobre les relacions amb la teva família i amics. Indica si us plau si estàs d'acord o en desacord sobre si cada una d'ells és certa.

	Molt en desacord	En desacord	Indiferent	D'acord	Molt d'acord
Els meus amics em respecten	1	2	3	4	5
La meva família es preocupa molt per mi	1	2	3	4	5
La meva família em té en alta estima	1	2	3	4	5
Puc confiar en els meus amics	1	2	3	4	5
Sóc realment admirat/da per la meva família	1	2	3	4	5
La meva família em té molt de carinyo	1	2	3	4	5
Els meus amics no es preocupen pel meu benestar	1	2	3	4	5
Els membres de la meva família confien en mi	1	2	3	4	5
No puc confiar en la meva família perquè em donin suport	1	2	3	4	5
Sento forts lligams amb els meus amics	1	2	3	4	5
Els meus amics es preocupen per mi	1	2	3	4	5
La meva família em respecta realment	1	2	3	4	5
Els meus amics i jo som molt importants els uns pels altres	1	2	3	4	5
No em sento unit/da als membres de la meva família	1	2	3	4	5
Els meus amics i jo hem fet molt els uns per als altres	1	2	3	4	5

Abans d'acabar, repassa si us plau si les teves respostes a la 1a pregunta del qüestionari són exactes
MOLTES GRÀCIES PER LA TEVA COL·LABORACIÓ!

ANNEX 4: Qüestionari administrat als progenitors

Universitat de Girona
Institut de Recerca sobre Qualitat de Vida

Un equip d'investigadors que treballem a la Universitat estem interessats en conèixer què pensen els pares i les mares sobre alguns dels aparells amb pantalla que utilitzen els seus fills/es i les coses que fan amb ells. Estarem molt agraïts si ens fa Vostè el favor de contestar aquest qüestionari.

Les respostes les tractarem de forma CONFIDENCIAL, és a dir, ningú no sabrà què ha o han contestat Vostè/s. Estem estudiant al mateix temps les idees dels pares/mares i les **dels infants d'una edat concreta** sobre aquests aparells audiovisuals. Ens interessa que en contestar aquest qüestionari, si es dona el cas que té Vostè més d'un fill/a, pensi **només** en el fill/a que li ha portat aquest qüestionari de l'escola o institut.

Li preguem que per a cada pregunta que tingui diferents possibles respostes faci una **rodoneta** al voltant d'aquella resposta que correspongui al seu cas o a la seva opinió personal.

Codi numèric: _____

1. Considera que està **Vostè ben informat** o **informada** sobre què es pot fer o veure amb:

	Gens	Poc	Moderada- ment	Molt	Moltíssim
Televisor	1	2	3	4	5
Ordinador	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
Videoconsola	1	2	3	4	5
Videojocs per a ordinador	1	2	3	4	5
Telèfon mòbil	1	2	3	4	5

2. Considera que **el seu fill/a** està **ben informat** o **informada** sobre què es pot fer o veure amb:

	Gens	Poc	Moderada- ment	Molt	Moltíssim
Televisor	1	2	3	4	5
Ordinador	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
Videoconsola	1	2	3	4	5
Videojocs per a ordinador	1	2	3	4	5
Telèfon mòbil	1	2	3	4	5

3. Quin grau d'**interès** té **Vostè** en l'actualitat per:

	Gens	Poc	Moderat	Bastant alt	Molt alt
La televisió	1	2	3	4	5
L'ordinador	1	2	3	4	5
La videoconsola	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
Videojocs per a ordinador	1	2	3	4	5
El telèfon mòbil	1	2	3	4	5

4. Quin grau d'**interès** considera Vostè que té **el seu fill o filla** en l'actualitat per:

	Gens	Poc	Moderat	Bastant alt	Molt alt
La televisió	1	2	3	4	5
L'ordinador	1	2	3	4	5
Internet	1	2	3	4	5
La videoconsola	1	2	3	4	5
Videojocs per a ordinador	1	2	3	4	5
El telèfon mòbil	1	2	3	4	5

Aquest qüestionari l'ha contestat:

- La mare
 El pare
 El pare i la mare conjuntament
 Altre membre de la família. Qui?: _____
 Tutor/a

Moltes gràcies per la seva col·laboració
Li preguem que retorni aquest qüestionari a l'escola a través del seu fill/a, en el sobre adjunt.

ANNEX 5: Guió dels grups de discussió d'adolescents**a) Introducció**

Benvinguda dels participants.

Presentació del moderador i del seu/s ajudant/s.

Agraïment per la seva col·laboració.

b) Breu exposició del propòsit de l'estudi

El darrer curs escolar, un grup d'investigadors de la Universitat de Girona van venir a aquest institut a passar un qüestionari. Potser vosaltres sou dels nois i noies que van contestar-lo. En el qüestionari es feien preguntes sobre l'ús de mitjans audiovisuals (**televisor, ordinador, videoconsola, mòbils i d'altres**) i se us demanava opinions sobre aquests mitjans i sobre d'altres activitats que potser us interessin i us agraden als joves de la vostra edat (o potser no). També es demanava que portéssiu un altre qüestionari semblant perquè els vostres pares el contestessin a casa.

Ja hem analitzat les respostes que van donar uns 1250 nois i noies de les comarques gironines i també les d'uns 500 dels seus pares i mares. Les respostes de tothom eren confidencials. Per tant, no sabem què va respondre ningú en concret, però tenim moltes dades que ens agradaria comprendre millor i, per això, demanem la vostra ajuda, perquè alguns accepteu de col·laborar amb nosaltres voluntàriament una estoneta.

En aquesta segona fase de la recerca no hi haurà cap més qüestionari. Organitzarem una discussió més o menys d'una hora, en grups de 8. Necessitarem gravar la discussió amb una gravadora, per després analitzar amb calma el que s'ha dit, els acords i desacords amb el que s'ha dit, i per entendre millor el punt de vista dels joves de la vostra edat sobre cada qüestió. Ara bé, igual que en la primera fase, ningú sabrà qui ha dit què, perquè com a investigadors de la universitat us garantim també ara la nostra absoluta confidencialitat.

En el grup de discussió us mostrarem algunes xifres dels resultats obtinguts amb els qüestionaris i us farem unes poques preguntes perquè discutiu entre vosaltres què en penseu de les respostes que ens vau donar, amb tota franquesa.

Gràcies per la vostra atenció i col·laboració.

c) Explicació de les normes bàsiques del grup de discussió

Cal dir als nois i noies que tinguin present:

- Que els investigadors/es donarem el torn de paraula quan vulguin parlar.
- Que asseurem separats als nois i noies per tal d'evitar que els que siguin més amics/gues es facin comentaris a l'orella.
- Que intentin fer el menys soroll possible amb objectes (com els bolígrafs, les taules...) perquè a l'hora de transcriure les seves converses registrades amb el magnetòfon no hi hagin molts sorolls que ens dificultin aquesta tasca.
- Que no hi ha respostes bones ni dolentes, volem saber les diferents opinions o punts de vista dels joves de la vostra edat.

Roda de presentacions dels nois i noies que formen el grup i edat dels mateixos.

d) Plantejament de les qüestions

Pregunta general

Els que esteu aquí va respondre el qüestionari que vam venir a passar a aquesta escola/institut el curs darrer?

Temàtiques per a centrar la discussió

Segons les respostes que vam tenir als qüestionaris, tant de nois com de noies, quan feu coses o veieu coses amb mitjans audiovisuals que us interessaven molt us agrada parlar-ne amb d'altres persones. Ara bé, les respostes ens indicaven que en general parlar amb adults d'aquestes temàtiques us proporciona molta menys satisfacció que parlar-ne amb companys/es de la mateixa edat. Semblava que sovint no produeix massa satisfacció parlar-ho amb els mestres, però tampoc amb la mare o el pare.

- ◆ Penseu que és així? Per què?
- ◆ Realment intenteu parlar d'aquestes activitats amb el pare o la mare?

Fa 3 anys, a una enquesta semblant que vam fer a d'altres instituts, els nois ens deien que els interessaven molt tots els mitjans audiovisuals, sobretot els videojocs, però les noies deien que estaven molt menys interessades. A l'estudi d'aquest any passat **les noies es mostren molt més entusiasmades que els nois** amb el mòbil i, sovint, també amb l'ordinador i Internet. Per què penseu que hi ha hagut aquest canvi en tan poc de temps?

- ◆ Per què creieu que hi ha joves de la vostra edat que no tenen mòbil?
- ◆ Per què penseu que molts nois i noies no podrien viure sense mòbil?
- ◆ Quina importància creieu vosaltres que els vostres pares donen al telèfon mòbil?

ANNEX 6: Guió dels grups de discussió de progenitors**a) Introducció**

Benvinguda dels participants.

Presentació del moderador i del seu/s ajudant/s.

Agraïment per la seva col·laboració.

b) Breu exposició del propòsit de l'estudi

El darrer curs escolar, un grup d'investigadors de la Universitat de Girona van venir a aquest institut a passar un qüestionari als seus fills/es. En el qüestionari es feien preguntes sobre l'**ús de mitjans audiovisuals (televisor, ordinador, videoconsola, mòbils i d'altres)** i se'ls demanava opinions sobre aquests mitjans i sobre d'altres activitats que potser interessin i agraden als joves d'entre 12 i 16 anys. Així mateix, vam demanar als seus fills/es que portessin un altre qüestionari semblant per a què vostès el contestessin a casa.

Ja hem analitzat les respostes que van donar uns 1250 nois i noies de les comarques gironines i també les d'uns 500 dels seus pares i mares. Les respostes de tothom eren confidencials. Per tant, no sabem què va respondre ningú en concret, però tenim moltes dades que ens agradaria comprendre millor i, per això, demanem la seva ajuda, perquè alguns acceptin col·laborar amb nosaltres voluntàriament una estona.

A finals del mes d'abril vam entregar un informe a l'AMiPA amb aquests resultats que restaven a la seva disposició. Oferint-los, a més, la possibilitat de discutir-los amb aquells pares i mares o nois i noies que estiguessin interessats en fer-ho.

En aquesta segona fase de la recerca no hi haurà cap més qüestionari. Organitzarem una discussió més o menys d'una hora. Necessitarem enregistrar la discussió amb una gravadora, per després analitzar amb calma el que s'ha dit, els acords i desacords amb el que s'ha dit, i per entendre millor el seu punt de vista. Ara bé, igual que en la primera fase, ningú sabrà qui ha dit què, perquè com a investigadors de la universitat se'ls garanteix també ara la nostra absoluta confidencialitat.

En el grup de discussió se'ls mostrarà algunes xifres dels resultats obtinguts amb els qüestionaris i se'ls farà unes poques preguntes perquè discuteixin entre vostès què en pensen de les respostes que ens van donar els nois/es, amb tota llibertat.

Gràcies per la seva atenció i col·laboració.

c) Explicació de les normes bàsiques del grup de discussió

Cal dir als pares i mares que tinguin present:

- Que els investigadors/es donarem el torn de paraula quan vulguin parlar per tal de facilitar la tasca de transcripció de les converses.
- Que no hi ha respostes bones ni dolentes, volem saber les diferents opinions o punts de vista dels participants en el grup.

Roda de presentacions dels participants que formen el grup.

d) Plantejament de les qüestions

Pregunta general

Els que estan aquí van respondre el qüestionari que els seus fills/es els van portar a casa? (mostrar el qüestionari de progenitors)

Temàtiques per a centrar la discussió

Segons les respostes que vam obtenir als qüestionaris de nois i noies, quan fan coses o veuen coses amb mitjans audiovisuals que els interessin molt, els agrada parlar-ne amb d'altres persones. Ara bé, les respostes ens indiquen que, en general, sembla ser que parlar amb adults d'aquestes temàtiques els proporciona molta menys satisfacció que parlar-ne amb companys/es de la mateixa edat. Sembla que sovint no els produïa massa satisfacció parlar-ho amb els mestres, però tampoc amb la mare o el pare.

- ◆ Vostès pensen que és així? Per què?
- ◆ Intenten parlar d'aquestes activitats amb els seus fills/es?
- ◆ Busquen moments i/o espais per parlar-ne?
- ◆ Per què creuen que als seus fills/es no els agrada parlar amb vostès d'aquestes activitats?

Fa 3 anys, a una enquesta semblant que vam dur a terme, els resultats obtinguts ens mostraven com els nois ens deien que els interessaven molt els mitjans audiovisuals en general i, sobretot, els videojocs, però les noies deien que estaven molt menys interessades. A la recollida de dades d'aquest any passat **les noies es mostraven molt més entusiasmades que els nois** amb el mòbil i, sovint, també amb l'ordinador i Internet.

- ◆ A què creuen que pot ser degut aquest canvi en tan poc de temps?
- ◆ Quina importància donen vostès al telèfon mòbil?
- ◆ Quina importància creuen que té el telèfon mòbil pels nois i noies d'entre 12 i 16 anys?

ANNEX 7: Índex de taules, quadres, figures i gràfiques

		Pàg.
Figura 1	Tipologia de perspectives teòriques sobre els usuaris permanents de tecnologies mòbils segons el nivell d'aplicació i el propòsit d'estudi (Peterson i Ling, 2002)	19
Quadre 1	Estils parentals (Maccoby i Martin, 1983)	57
Quadre 2	Principis de la <i>Group Socialization Theory</i> (Harris, 1995)	83-84
Figura 2	Models de transmissió cultural del món adult al dels infants (Harris, 1995)	87
Gràfica 1	Freqüència d'ús del telèfon mòbil segons el segment de població (Red.es, 2005)	106
Gràfica 2	Disponibilitat de les NTICs per part dels joves d'entre 15 i 29 anys a Espanya (INJUVE, 2005)	107
Gràfica 3	Penetració del telèfon mòbil als països de la Unió Europea entre 2005 i 2006 (Red.es, 2007)	108
Gràfica 4	Percentatge de disponibilitat de telèfon (fix o mòbil) als països de la UE el 2007 (Special Eurobarometer 274, 2007)	109
Taula 1	Autoavaluació del nivell d'informació respecte els mitjans audiovisuals segons el gènere	114
Taula 2	Autoavaluació de l'interès respecte els mitjans audiovisuals segons el gènere	114
Taula 3	Informació i interès mostrat pels adolescents respecte els mitjans audiovisuals	115
Taula 4	Autoavaluació del nivell d'informació respecte els mitjans audiovisuals tenint en compte quin dels progenitors ha contestat el qüestionari	116
Taula 5	Autoavaluació de l'interès respecte els mitjans audiovisuals tenint en compte quin dels progenitors ha contestat el qüestionari	116
Taula 6	Rang dels mitjans audiovisuals sobre els que els progenitors manifesten tenir més o menys informació i interès	117
Taula 7	Rang dels mitjans audiovisuals sobre els que els progenitors manifesten tenir més o menys informació	118
Taula 8	Rang dels mitjans audiovisuals sobre els que els progenitors manifesten tenir més o menys interès	118
Quadre 3	Ús educatiu dels <i>mass media</i> (Marquès, 2001)	120
Quadre 4	Avantatges i desavantatges del telèfon mòbil des del punt de vista dels joves i dels seus progenitors (Aragó)	124-125
Quadre 5	Ús correcte, incorrecte i addictiu del telèfon mòbil (Naval, Sádaba i Bringué, 2003)	127
Taula 9	Recerques sobre l'ús, la disponibilitat i les avaluacions que els infants i els adolescents fan del telèfon mòbil en diferents països	128
Quadre 6	Relació entre el telèfon mòbil d'acord amb el grup d'edat entre els nens i els adolescents (Oskman i Raitiainen, 2002)	154
Taula 10	Fases de la recerca	172
Taula 11	Distribució de la mostra d'adolescents per edat i gènere	177
Taula 12	Distribució d'adolescents tenint en compte quin dels progenitors ha contestat el qüestionari	177
Taula 13	Número de casos vàlids i perduts del total de la mostra d'adolescents	192-193
Taula 14	Número de casos vàlids i perduts del total de la mostra de progenitors	194
Gràfica 5	Percentatges de disponibilitat del telèfon mòbil, d'ús d'algun mòbil de casa no propi i d'ús d'algun mòbil de fora de casa no propi segons el gènere	195
Taula 15	Mitjanes i desviacions típiques de les hores d'ús del mòbil segons el gènere	196
Taula 16	Correlacions entre la facilitat o dificultat percebuda per viure sense el telèfon mòbil i la facilitat o dificultat percebuda per viure sense la resta de mitjans audiovisuals explorats	198
Taula 17	Mitjanes i desviacions típiques de la facilitat o dificultat per viure sense algun dels mitjans segons el gènere	198

		Pàg.
Taula 18	Mitjanes i desviacions típiques de la facilitat o dificultat per viure sense algun dels mitjans segons si els adolescents tenen mòbil propi o no en tenen	199
Taula 19	Correlacions entre la informació que es manifesta disposar sobre el telèfon mòbil i al informació que es manifesta disposar d'altres mitjans audiovisuals	200
Taula 20	Mitjanes i desviacions típiques sobre el nivell d'informació que es manifesta disposar respecte els diferents mitjans audiovisuals explorats segons el gènere	200
Taula 21	Correlacions entre l'interès manifestat pel telèfon mòbil i l'interès manifestat per la resta de mitjans audiovisuals explorats	201
Taula 22	Mitjanes i desviacions típiques respecte l'interès mostrat pels mitjans audiovisuals segons el gènere	202
Gràfica 6	Puntuacions mitjanes de la freqüència de les activitats relacionals mitjançant l'ús del mòbil segons el gènere	205
Taula 23	Mitjanes i desviacions típiques de la freqüència de la comunicació amb diferents persones sobre activitats relacionades amb els mitjans audiovisuals segons el gènere	206
Taula 24	Mitjanes i desviacions típiques de la freqüència de la comunicació amb diferents persones segons si els joves tenen mòbil propi o no en tenen	206
Taula 25	Mitjanes i desviacions típiques de l'autoestima segons el gènere i el fet de disposar o no de mòbil propi	207
Taula 26	Mitjanes i desviacions típiques del suport social percebut per part de les amistats segons el gènere i el fet de disposar o no de mòbil propi	208
Taula 27	Mitjanes i desviacions típiques del suport social percebut per part de la família segons el gènere i el fet de disposar o no de mòbil propi	208
Gràfica 7	Efecte d'interacció de les variables referents al suport social i el fet de tenir o mòbil	209
Taula 28	Mitjanes i desviacions típiques referents al nivell d'informació manifestat pels progenitors respecte els diferents mitjans segons qui d'ells ha contestat el qüestionari	210
Taula 29	Mitjanes i desviacions típiques referents al nivell d'informació manifestat pels progenitors respecte els diferents mitjans segons el gènere del fill	211
Taula 30	Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte del nivell d'informació del fill segons qui d'ells ha contestat el qüestionari	212
Taula 31	Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte del nivell d'informació del fill segons el gènere del fill	213
Taula 32	Mitjanes i desviacions típiques de l'interès actual pels diferents segons qui d'ells ha contestat el qüestionari	214
Taula 33	Mitjanes i desviacions típiques de l'interès actual dels progenitors per diferents mitjans segons el gènere del fill	215
Taula 34	Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte l'interès actual del fill respecte els diferents mitjans segons qui d'ells ha contestat el qüestionari	215
Taula 35	Mitjanes i desviacions típiques de les atribucions dels progenitors respecte l'interès actual del fill per diferents mitjans segons el gènere del fill	216
Esquema 1	Raons de la in/satisfacció en mantenir converses sobre activitats amb mitjans audiovisuals	219-220
Esquema 2	Explicacions del ràpid canvi d'interès de les noies observat en menys de 4 anys cap a alguns mitjans audiovisuals com Internet, l'ordinador i, sobretot, el telèfon mòbil	235
Esquema 3	Raons per tenir o no un telèfon mòbil propi i la facilitat o dificultat manifestada per viure sense aquesta tecnologia	243-244
Esquema 4	Elements implicats en la disponibilitat i ús del telèfon mòbil: forma de consecució, de pagar les despeses i edat adequada per tenir mòbil	254

		Pàg.
Esquema 5	Arguments respecte la importància de tenir un telèfon mòbil propi	259
Esquema 6	Actitud dels progenitors enfront les noves cultures mediàtiques i formes de relació i comunicació dels adolescents	266
Figura 3	Esquema analític de la disponibilitat i usos del telèfon mòbil per part dels adolescents i els arguments de nois i noies explicatius d'aquesta disponibilitat	274
Figura 4	Esquema analític de la facilitat o dificultat manifestada per viure amb o sense el telèfon mòbil i els arguments que els adolescents donen	282
Figura 5	Esquema analític de les autoavaluacions de les noies sobre la informació i l'interès que tenen vers el telèfon mòbil i els arguments justificatius del canvi d'actitud de les noies observat en els darrers anys cap a aquesta tecnologia	286
Figura 6	Esquema analític de les autoavaluacions dels progenitors en relació a la informació i l'interès que tenen vers el telèfon mòbil i les raons manifestades per disposar d'aquest aparell	292
Taula 36	Autoavaluació de la informació i l'interès mostrat per progenitors i fills envers el telèfon mòbil	295
Figura 7	Esquema analític de la freqüència amb que els adolescents mantenen converses sobre els mitjans audiovisuals amb diferents persones i les raons de la major o menor satisfacció expressada amb aquestes converses amb els progenitors i els amics	299