



Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

Previo a la obtención del título de grado de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LOS JÓVENES EN LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN DIGITAL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Línea 3: Comunicación, cultura y desarrollo sostenible

AUTOR:

Erick Jael Alcívar Chonillo

TUTORA:

Dra. Damian Mendoza Zambrano, PhD

Manta – Manabí – Ecuador

2024

TEMA:

LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LOS JÓVENES EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DIGITAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, ERICK JAEL ALCÍVAR CHONILLO, portador de la cédula de ciudadanía No. 131659122-9, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LOS JÓVENES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Erick Jael Alcivar Chonillo
C.I. 131659122-9

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar. Carrera de comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

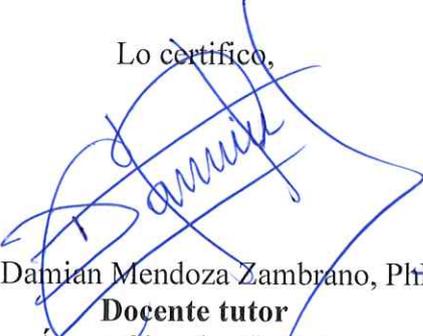
Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría del estudiante ERICK JAEL ALCIVAR CHONILLO, legalmente matriculada en la carrera de comunicación, período académico 2024-1 y 2024-2, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de ENSAYO ACADÉMICO, cuyo tema del proyecto “LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LOS JÓVENES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 3 de febrero del 2025.

Lo certifico,


Dra. Damian Mendoza Zambrano, PhD.

Docente tutor
Área: Ciencias Sociales

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en cada paso de mi vida, permitiéndome alcanzar este logro tan importante. A mis hermanos, por su apoyo incondicional, y en especial a mi hermana Kenya Alcívar, cuya confianza y motivación constante me impulsaron a no rendirme. A mi madre, por ser mi ejemplo de perseverancia y amor, y por enseñarme el verdadero significado del esfuerzo y la dedicación.

Quiero expresar mi gratitud a mi amiga Suribeth Gamboa, quien ha sido una fuente de apoyo invaluable desde el inicio de mi carrera hasta este momento culminante. Su compañerismo y palabras de aliento me ayudaron a mantenerme firme en los momentos más difíciles.

Extiendo también mi agradecimiento a la Dra. Damian Mendoza, mi tutora, quien con su orientación y compromiso brindó las herramientas y argumentos necesarios para desarrollar este ensayo. Su paciencia y experiencia fueron pilares fundamentales para culminar con éxito este proyecto.

A todos, mi más sincero agradecimiento por ser parte de este camino.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a la memoria de mi abuelo y padre, Plácido Bienvenido Chonillo, quien desde el cielo guía mis pasos con su amor y sabiduría. Sé que estaría orgulloso de ver cómo logro una meta más en mi vida, y aunque su ausencia física pesa, su presencia espiritual ha sido un faro de luz y esperanza en mi camino. Este logro es, en gran medida, el reflejo de los valores que inculcó en mí: la perseverancia, el esfuerzo y el amor por alcanzar mis sueños.

También dedico este esfuerzo a mis sobrinos: Tanya, Saskya, Snayder, Keysha, Ángel y John, quienes representan mi mayor motivación para seguir adelante. Cada uno de ellos me inspira con sus sonrisas, sus sueños y sus ganas de crecer. Son mi recordatorio constante de que cada sacrificio vale la pena, porque quiero ser un ejemplo para ellos, demostrarles que con dedicación y fe es posible alcanzar cualquier meta.

A todos ustedes, quienes han llenado mi vida de amor, esperanza y propósito, dedico este logro con todo mi corazón.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Desarrollo temático	13
Representación social	13
Jóvenes y su representación en la sociedad	16
Medios de comunicación digital.....	17
Consumo de medios digitales en los jóvenes	18
Narrativas de los medios digitales sobre jóvenes y su entorno social	21
Estigmatización de los jóvenes en los medios digitales	23
Diversidad en las representaciones de los jóvenes	25
Conclusiones	28
Referencias	30

Resumen

Los medios de comunicación digitales desempeñan un papel crucial en la construcción de la imagen de los jóvenes, quienes son retratados a través de narrativas que influyen en cómo son percibidos socialmente, estas representaciones, lejos de ser estáticas, son reinterpretadas y cuestionadas en un entorno digital donde éstos también participan activamente. Este ensayo analiza las representaciones sociales de los jóvenes mediante una metodología enfocada al análisis cualitativo, explorando diversas fuentes bibliográficas para identificar factores mediáticos, destacando la presencia de estereotipos. Los hallazgos revelan que las plataformas digitales perpetúan tanto estigmas negativos como oportunidades para una mayor inclusión, subrayando la necesidad de prácticas mediáticas responsables. Se concluye que es fundamental que los medios de comunicación digitales promuevan representaciones auténticas y equilibradas de los jóvenes, reconociendo su diversidad y figuras del cambio en la social.

Palabras claves: Estereotipos, jóvenes, medios digitales, narrativas, representaciones sociales.

Abstract

Digital media play a crucial role in the construction of the image of young people, who are portrayed through narratives that influence how they are perceived socially, these representations, far from being static, are reinterpreted and questioned in a digital environment where they also actively participate. This essay analyzes the social representations of young people through a methodology focused on qualitative analysis, exploring various bibliographic sources to identify media factors, highlighting the presence of stereotypes. The findings reveal that digital platforms perpetuate both negative stigmas and opportunities for greater inclusion, underscoring the need for responsible media practices. It is concluded that it is critical for digital media to promote authentic and balanced representations of young people, recognizing their diversity and figures of change in the social.

Keywords: Stereotypes, youth, digital media, narratives, social representations.

Introducción

En la actualidad, en un entorno cada vez más interconectado y digital, los jóvenes no se limitan a ser simples receptores de contenido, sino que juegan un papel activo en la creación y difusión de narrativas que reflejan sus realidades, aspiraciones y vivencias personales. Este proceso de producción y circulación de información permite generar interpretaciones diversas y dinámicas de su entorno social. Piscitelli (2008) señala que los jóvenes, especialmente aquellos considerados como "nativos digitales", muestran un gran interés por la rapidez con la que pueden acceder y procesar información, a menudo realizando varias tareas de manera simultánea. Además, estos jóvenes tienden a estar inmersos en un entorno multimedia, en el que interactúan con distintos tipos de contenidos al mismo tiempo, lo que les permite manejar varias plataformas y formatos con fluidez.

Este tema resulta particularmente relevante debido al papel creciente de los medios digitales en la configuración de las percepciones sociales, especialmente en un mundo donde las narrativas mediáticas no siempre reflejan con fidelidad la diversidad y complejidad de los jóvenes. La justificación de este ensayo radica en la necesidad de explorar cómo estas representaciones influyen en las oportunidades, desafíos y autoimagen de los jóvenes, aportando así a un debate crítico sobre la responsabilidad social de los medios digitales.

La definición de representación social se orienta hacia la interacción dinámica entre los individuos y su entorno social, lo que significa que las representaciones no son fijas sino que evolucionan a través de experiencias compartidas y contexto sociocultural (Manrique, 2022). Por tanto, el planteamiento del objetivo de este ensayo académico se centra en analizar desde una perspectiva

crítica y reflexiva cómo estos medios de comunicación digitales emisores de información, con sus narrativas y discursos, contribuyen a la formación de estas representaciones y cómo reaccionan los jóvenes ante ellas.

Además, los jóvenes en la era digital han adoptado nuevas plataformas y cambiado sus hábitos de consumo y comunicación, y bajo el surgimiento de las redes sociales permite a los jóvenes no solo consumir información, sino también participar activamente en la creación de contenidos y redefinir su papel en la sociedad. Por ello, para mantener una comprensión más sólida sobre la representación que estos medios muestran de los jóvenes con relación a su entorno social se ha optado por estructurar el desarrollo temático empezando por explicar la representación social, también jóvenes en la sociedad, medios de comunicación digitales, y siguiendo una línea explicativa, las narrativas y diversidades en las representaciones, para así llegar a conclusiones que enriquezcan el análisis y estudio planteado.

La base metodológica del estudio se fundamenta en un enfoque cualitativo, cuyo propósito es lograr una comprensión profunda de los significados y las definiciones relacionadas con la tesis (Salazar, 2020). Este enfoque permite explorar no solo las representaciones sociales de los jóvenes, sino también la forma en que los medios digitales contribuyen a la construcción de estas representaciones. Para obtener información relevantes, se lleva a cabo una búsqueda exhaustiva de fuentes bibliográficas en diversas bases de datos académicas, artículos científicos, estudios y ensayos universitarios, así como en repositorios institucionales y revistas especializadas. También, se incluyen otros recursos que han abordado investigaciones similares, con el fin de obtener una perspectiva amplia y detallada sobre el tema. De este modo, se recopilan diferentes enfoques que enriquecen el

análisis y permiten una visión más completa de la representación social de los jóvenes en los medios de comunicación digital.

Desarrollo temático

Representación social

Examinar la conceptualización de las representaciones sociales proporciona una visión que transforma la manera en que se entiende la interacción entre los individuos y su contexto social. Manrique (2022) lo expresa con claridad al afirmar que “La representación social no es ni el colectivo ni el inconsciente, sino la acción, el movimiento de interacción entre individuos” (p. 130). Entendiendo de tal manera, la importancia de considerar las representaciones sociales como productos dinámicos de la interacción social, de forma que estas dinámicas no se mantienen lineales, sino que se crean en relación con las percepciones creadas por los individuos, lo que implica un cambio significativo en cómo se comprende su formación y evolución en el contexto social, abriendo nuevas vías para su análisis e intervención.

La teoría de las representaciones sociales, que nace dentro del campo de la psicología social, ofrece un marco teórico esencial para comprender cómo los individuos procesan las creencias colectivas y los significados sociales que emergen en su interacción con el entorno. Esta teoría ha sido fundamental para incorporar una perspectiva psicosociológica que permite reinsertar la psicología social en el contexto social, siempre vinculando al individuo con los otros y con su mundo circundante (Moscovici, 1984, citado en Jodelet, 2011, p. 140).

Dado que la teoría propuesta por Moscovici enmarca al individuo dentro de su contexto social, no solo ha permitido una mayor comprensión de los fenómenos colectivos, sino que también ha resaltado la importancia del conocimiento compartido que influye en la forma en que el individuo interpreta su entorno, y en

cómo una sociedad puede interpretarlo ya sea desde un enfoque positivo o negativo dependiendo de la perspectiva que tenga el sujeto del o su entorno.

Es en este sentido que las representaciones sociales se entrelazan con el sentido común, un tejido de conocimientos y creencias que, al igual que las interpretaciones como delincuencia, conflicto y democracia, se naturalizan y varían según el contexto, moldeando nuestra percepción del mundo; como lo señala Bautista (2022) al referir que estos aspectos a diario son objeto de discusión, donde resulta esencial entender y analizar las narrativas y discursos que intervienen en la construcción de la realidad frente a estos, lo que permite reflexionar sobre las ideas que se han normalizado y asumido como válidas en el pensamiento social. Es evidente que existen múltiples interpretaciones de la realidad social, cada una influenciada por contextos específicos que afectan la forma en que se percibe, siente y se entiende el mundo.

Esta perspectiva afirma que la comprensión de las representaciones sociales no puede limitarse a una dimensión o una visión superficial, ya que estas representaciones son multifacéticas y están profundamente arraigadas en los contextos sociales y culturales en los que se desarrollan. Asimismo, surgen en las sociedades modernas, donde el conocimiento está en constante movimiento impulsado por un abundante flujo de información, que se convierte en una guía esencial para la vida cotidiana (Mora, 2002).

Además, las representaciones sociales no son solo el resultado de la percepción sensorial del mundo exterior, sino que también están influenciadas por los significados sociales y culturales que se les atribuyen. A medida que se desarrollan las habilidades racionales de un individuo, estas percepciones sensoriales

se reinterpretan y reconstruyen cognitivamente, lo que sugiere que incluso los sentidos más simples están persuadidos por una lógica racional que da forma a su comprensión (Fernández et al., 2020).

De acuerdo con Riffo (2022), en su estudio realizado sobre “Imaginosos sociales, representaciones sociales y re-presentaciones discursivas”, para el ser humano la imaginación forma parte de su sentido perceptivo que orienta su camino de interpretar y discernir la manera de cómo ve su alrededor y darle sentido a las representaciones que pueden darse a nivel social. De la misma forma, Jodelet (2011) refiere que las representaciones sociales son un tipo de conocimiento compartido que se crea a través de la interacción social dentro de diferentes grupos que, aunque no son conocimientos científicos tiene una profunda influencia de cómo se percibe el mundo y cómo se actúa dentro de él.

A partir de los argumentos citados por estos autores, estas representaciones son como marcos interpretativos de la sociedad, condensando significados compartidos en la comunicación social; además, las imágenes mentales no solo ayudan a comprender la realidad social, sino que también influyen en que las personas interactúan entre sí y con su entorno. Por ejemplo, las representaciones sociales de los jóvenes pueden afectar cómo se perciben y tratan a los jóvenes en una sociedad determinada, es decir, si se ilustra a un joven como delincuente, su entorno se verá influido por dicha imagen, así mismo, si se muestra como alguien irresponsable, la sociedad emitirá un pensamiento estereotipado con relación a sus oportunidades futuras en la sociedad.

Jóvenes y su representación en la sociedad

Para entender cómo los jóvenes son representados en la sociedad, es esencial reconocer que las ideas, las creencias y conceptos que se asocian con ellos no son estáticos, son como ríos que fluyen moldeados por la experiencia, la comunicación y las condiciones sociales. Chávez y Rodríguez (2022) afirman que las representaciones sociales de los jóvenes sobre temas específicos, como la moda o la música, se forman a través de sus experiencias y comunicación, ya sean interpersonal y mediática. En este marco, estas representaciones abarcan no solo los pensamientos de los jóvenes sobre el tema, sino también cómo lo procesan, interpretan y utilizan; y las razones que sustentan sus puntos de vistas. Por tanto, estudiar la representación de los jóvenes en la sociedad implica una comprensión amplia relacionada a la cultura, lenguaje y un contexto sociocultural.

Por consiguiente, los jóvenes vistos como el núcleo de la sociedad y el rostro del futuro suscitan interrogantes en la juventud y los expertos, y aunque se cree que mantienen la sostenibilidad cultural y religiosa, varios autores señalan cambios en la visión contemporánea de su representación. En un mundo globalizado y dinámico, enfrentan desafíos únicos y son agentes activos de un cambio crucial para reconocer su diversidad de experiencias y perspectivas, evitando estereotipos limitantes. Más que verdaderos receptores culturales, son cocreadores del futuro, aportando ideas, energía y creatividad a la sociedad en constante evolución.

Así mismo, las representaciones que la sociedad mantiene hacia los jóvenes a menudo suelen captar la diversidad y complejidad de sus experiencias. Como añaden Monroy et al. (2019), la juventud es una construcción social que cambia en función a múltiples factores como la cultura, la historia, la geografía, la clase social, el estatus

e incluso la raza. Lo que significa que homogeneizar o estereotipar a los jóvenes puede excluir o marginar a ciertos grupos, como las minorías étnicas o las personas de clase baja, especialmente en la era digital, donde esta tendencia alcanza su clímax y es ahí donde los medios digitales pueden modificar sus contenidos y depurar tendencias que sesgan la imagen de los jóvenes en su entorno social.

Bajo el mismo escrito, también se cree que la juventud se ha convertido en un ideal social al que aspiran muchas personas, sin embargo, no todos los jóvenes tienen las mismas oportunidades de realizar este ideal, ya que los medios de comunicación tienden a promover modelos juveniles asociados a mercados de consumo que sólo están al alcance de los grupos más privilegiados. Esto enfatiza que incluso cuando una persona es joven, no siempre tiene los medios económicos para cumplir con los estándares sociales que definen a la juventud ideal (Calderón, 2020).

Medios de comunicación digital

La era digital marca un punto de inflexión en el desarrollo de la comunicación que cambia fundamentalmente la forma en que interactuamos con los medios de información y entretenimiento, a medida que el mundo migra de lo analógico a lo digital, estos cambios son particularmente evidentes en los medios convencionales como la televisión, la radio, las noticias y el cine, que deben adaptarse rápidamente para sobrevivir en un entorno dominado por las plataformas digitales.

Este proceso de adaptación no solo refleja la evolución tecnológica, sino también cómo se moldean las representaciones sociales en estos nuevos entornos y el desarrollo de Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles que ha democratizado el acceso a la información y ha dado voz a una variedad de creadores

y narrativas que no tenían cabida en los medios tradicionales. La expansión de las plataformas también ha generado un ambiente propicio para el engaño, las noticias falsas se han transformado en una auténtica plaga en el mundo digital, con el poder de arruinar reputaciones, sembrar confusión y alterar la realidad (Castillo, 2020).

Con el avance de la tecnología digital, los medios de comunicación no solo han cambiado su formato, sino también la forma en que interactúan con el público, así, Internet ha facilitado una mayor participación y una interacción más directa, permitiendo que las audiencias interactúen a través de vídeos, blogs, foros en línea, redes sociales (Velasquí et al., 2017). Esta interacción es particularmente relevante para los jóvenes, quienes utilizan estos medios para formar y expresar sus identidades, más la capacidad de los medios digitales para llegar instantáneamente a audiencias globales que ha redefinido las dinámicas de poder y ha abierto nuevas oportunidades para la expresión y el intercambio cultural.

En este contexto de rápida digitalización, los medios de comunicación están migrando a un formato predominantemente digital influenciando a los jóvenes y marcándolos como nativos digitales o parte de la Generación Z. Según Ávalos et al. (2020) “La comunicación digital, hipertexto, multimedia, ubicuidad, participación, inmediatez, reticularidad son términos conocidos por ambas generaciones, pero denominadas por los futuros adultos: los centennials” (p. 720). Sin duda alguna, queda claro que la rápida transición de los medios de comunicación hacia lo digital está transformando la experiencia de los jóvenes y sus consumidores.

Consumo de medios digitales en los jóvenes

En esta nueva era, los jóvenes se han convertido en los principales consumidores de medios digitales, y estos medios digitales han cambiado por

completo sus hábitos de comunicación, sus métodos de obtención de información y sus métodos de entretenimiento. A menudo los denominados nativos digitales, generación que ha crecido en un entorno donde la conectividad y el acceso instantáneo al contenido es la norma son partícipes de cada producto audiovisual que se difunden en los medios sin identificar que son usados como un símbolo de representación errónea a su realidad.

En relación con Carrera et al. (2020), los jóvenes han comenzado a abandonar medios tradicionales como la televisión, en favor de una amplia gama de opciones digitales que ofrecen acceso ilimitado, inmediato y ubicuo. Además, resalta que el internet se ha convertido en la principal fuente de entretenimiento y ocio para ellos. Sin embargo, Banchón (2023) refiere por su parte que los nativos digitales, la generación más joven, son los principales usuarios de los medios digitales, desafiando tanto a los medios tradicionales como a los digitales, ya que necesitan encontrar formas de brindarles información que los siga entusiasmando.

Esta transición hacia los medios digitales ha sido impulsada por la capacidad del internet para proporcionar contenido personalizado y a demanda (Pérez et al., 2021). Por ello, plataformas de streaming, redes sociales, videojuegos en línea y otros servicios digitales permiten a los jóvenes consumir exactamente lo que desean, cuando y donde lo prefieren, más aún cuando tienen un dispositivo móvil a la mano con acceso ilimitado a cualquier plataforma digitales que comparta contenido de interés, desplazando así a la televisión como el medio predominante en sus vidas.

Según las investigaciones más recientes, los jóvenes no sólo pasan más tiempo que las generaciones anteriores en plataformas digitales como redes sociales, servicios de streaming y aplicaciones móviles, sino que también moldean en gran

medida sus percepciones, valores y comportamientos. Comprender el consumo de medios digitales por parte de los jóvenes es esencial para analizar cómo estas prácticas influyen en la formación de su identidad y la manera en que interactúan con el mundo que los rodea. Por ello, en un estudio realizado por Banchón (2023) en la ciudad de Machala, Ecuador, sobre la influencia de los medios digitales en los jóvenes de 18 a 20 años de la Parroquia Puerto Bolívar, se encontró que solo el 6% de la muestra tomada son consumidores de medios tradicionales, desplazando su preferencia por los digitales. No obstante, un 94% de los jóvenes manifestó su inclinación por las redes sociales como el medio digital con más consumo diario.

Con base en dicha investigación, se presenta la siguiente tabla que muestra los medios digitales con mayor consumo para informarse, según una muestra de 382 jóvenes participantes en el estudio.

Tabla 1

Medios de comunicación donde se informan diariamente los jóvenes

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	359	94%
Presan escrita	6	1,6%
Radio	0	0%
Televisión	10	2,6%
Todas las anteriores	7	1,8%
Total	382	100%

Nota. Los jóvenes usuarios de medios digitales se informan diariamente por las redes sociales. Fuente: Banchón (2023).

Como se ha observado, los jóvenes son grandes consumidores de las redes sociales como el medio digital más usado, aun así, consideran Internet como su fuente principal de noticias. Y aunque, la prensa digital es una de sus opciones para mantenerse informados, claramente muestran una preferencia por ser más participativos en redes sociales (Vizcaíno et al., 2019). Esto significa que los jóvenes

no solo consumen noticias de manera pasiva, sino que también les gustan involucrarse activamente, compartiendo sus propios comentarios y opiniones en estos medios digitales.

En relación con Vargas et al., (2024), las redes sociales no solo funcionan como canales de información, sino también como plataformas donde los jóvenes realizan actividades de consumo más allá de la simple lectura de noticia. Además, se han convertido en herramientas clave para influir en las decisiones de compra, ya que los jóvenes utilizan estos medios digitales para investigar, comparar y tomar decisiones informadas antes de adquirir productos o servicios (pp. 49-53). Este comportamiento ha transformado los hábitos de consumo de los jóvenes, integrado no solo a la diversidad de contenidos disponibles en los medios digitales, sino en los procesos de compras y las interacciones que surgen durante estos.

Narrativas de los medios digitales sobre jóvenes y su entorno social

Las narrativas, ya sean orales o escritas, son una herramienta esencial a través de la cual la humanidad construye su identidad y memoria, un proceso innato que se ha transmitido de generación en generación y a través del cual se comunican y comparten culturas, valores y conocimientos, lo que refuerza nuestro sentido de comunidad (Cordero & Luceros, 2020). En este contexto, la narrativa digital surge como una evolución de la narración tradicional usada en gran parte por los jóvenes, incorporando las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Esta nueva forma de contar historias permite la integración de varios sentidos, utilizando elementos como imágenes, audio, música y texto para transformar la experiencia narrativa, permitiendo su desarrollo tanto de manera individual como grupal, lo que potencia la creación de historias de manera dinámica

y significativa (Moreira, 2021). Así, ambas modalidades narrativas, tradicional y digital, se complementan enriqueciendo nuestra capacidad de comunicarnos y conectar con los demás.

Con el desarrollo de los formatos informativos en la era de la Web 2.0, estas narrativas digitales han evolucionado de manera natural, comenzando con contenidos interactivos y multimediales, y avanzando hacia nuevos formatos que no siempre aprovechan la hipertextualidad y la interactividad que estos ofrecen (Aguirre, 2024). Aunque en la actualidad, las narrativas digitales se construyen cada vez más a través de una combinación de plataformas y formatos, lo que permite expandir las historias y facilitar diferentes formas de participación del usuario (Vázquez, 2021). Sin duda, esta estrategia transmedia no solo responde a la necesidad de abarcar múltiples públicos, sino que también refleja una adaptación natural del contenido digital a los diversos medios disponibles, donde los jóvenes se convierten en los usuarios con mayor adaptación en los contenidos.

De acuerdo con Viché (2017), identifica que el universo mediático, así como los medios de comunicación y las industrias relacionadas con el entretenimiento juegan un papel crucial en la construcción de narrativas de las formas en que los jóvenes por medio de éstas interpretan y comprenden su realidad. A través de estos medios, se filtran representaciones que influyen en cómo los jóvenes perciben su entorno y, a su vez, en cómo son percibidos por la sociedad, donde estas narrativas no solo determinan su identidad individual y colectiva como lo menciona Cordero & Luceros (2020), sino que también moldean las expectativas y estereotipos que los rodean, perpetuando imágenes que a veces no corresponden con la realidad compleja y diversa de la juventud contemporánea.

En el ecosistema digital actual, estas narrativas juveniles se ven amplificadas y moldeadas no solo por los medios tradicionales, sino también por las plataformas digitales, donde los jóvenes participan activamente como creadores y consumidores. Sin embargo, las narrativas que circulan en estos espacios a menudo replican patrones estigmatizantes y simplificaciones presentes en los medios convencionales.

El contenido viralizado en redes sociales y otras plataformas digitales puede reforzar estereotipos sobre la juventud, presentándolos de manera reduccionista, a menudo asociados con la violencia, el ocio o la falta de responsabilidad, este fenómeno intensifica la percepción pública de los jóvenes, ya que los contenidos digitales se propagan rápidamente y tienen un alcance masivo. Como resultado, los jóvenes no solo interpretan su realidad a través de estas narrativas, sino que también ven condicionada la manera en que son percibidos socialmente en un entorno hiperconectado y de gran exposición pública.

Estigmatización de los jóvenes en los medios digitales

A menudo, los medios de comunicación digitales no son cuestionados por cómo abordan las noticias que involucran a jóvenes, en muchas ocasiones los adolescentes y jóvenes son estigmatizados y revictimizados, especialmente en noticias sensacionalistas o de "prensa roja", donde predominan narrativas sobre violencia o delincuencia juvenil. En estos casos, los jóvenes suelen aparecer como agentes de violencia más que como víctimas, reforzando narrativas que perpetúan estigmas negativos. Esto es particularmente evidente en casos de violencia escolar o consumo de drogas, donde las representaciones mediáticas tienden a simplificar la realidad y a violar el derecho a la privacidad, revictimizando a los involucrados al exponer detalles como su identidad o entorno familiar (Torrado, 2021).

Este enfoque sensacionalista en los medios no solo perpetúa estigmatizaciones, sino que también atenta contra los principios éticos de una narrativa que los medios digitales pueden generar. Como menciona Torrado (2021), los medios digitales rara vez utilizan fuentes diversas y fiables, optando frecuentemente por la policía como fuente primaria cuando de situaciones de crimen se trata, lo que contribuye a una representación incompleta y, a menudo, sesgada de la juventud.

Por su parte, Civila y Castillo (2022) mantienen que la propagación de estos estereotipos en los medios digitales puede llevar a los jóvenes a ajustar su comportamiento y forma de expresarse públicamente, en un proceso conocido como “asimilación”, este fenómeno limita su capacidad para integrarse genuinamente en su entorno, ya que sienten la necesidad de conformarse a las expectativas impuestas por los estereotipos, restringiendo así la expresión auténtica de su personalidad. En este contexto, los jóvenes se ven obligados a adoptar comportamientos y actitudes que se ajusten a las representaciones mediáticas prevalentes en las narrativas compartidas, lo cual puede llevarlos a ocultar o modificar aspectos de su identidad que no coinciden con los estereotipos.

Ambos autores subrayan cómo los medios digitales afectan profundamente la percepción pública y la autoimagen de los jóvenes. Por un lado, Torrado (2021) destaca que el sensacionalismo y la falta de fuentes diversas crean una representación sesgada, centrada en aspectos negativos como la violencia, que distorsiona la realidad juvenil; por otro, Civila y Castillo (2022) especifican que estos estereotipos logran direccionar a los jóvenes a un ajuste en su conducta para cumplir un estándar social estigmatizado por su entorno para encajar en el mismo.

Juntas, estas perspectivas evidencian cómo las narrativas estigmatizantes refuerzan barreras que afectan el desarrollo personal de los jóvenes, y dan paso a una falta de diversidad en su representación, lo que a su vez perpetúa imágenes estereotipadas y restringe la amplitud de sus identidades en los medios digitales.

Diversidad en las representaciones de los jóvenes

En este marco, los jóvenes como grupo social no pueden ser vistos como un bloque homogéneo. Pertenecen a diversas realidades sociales, culturales y económicas que influyen directamente en cómo son representados en los medios de comunicación. Con la expansión de los medios digitales y las múltiples plataformas que han surgido, estas representaciones han ganado mayor visibilidad; sin embargo, a menudo muestran una imagen sesgada de la juventud en relación con su diversidad, ya sea en términos de etnia, género, clase social, entre otros.

La UNESCO (s.f.), destaca la importancia de dotar a los jóvenes de habilidades clave del siglo XXI, que les permitan adaptarse al entorno digital en constante cambio y enfrentar los desafíos que surgen en esta era. A través de estas competencias, los jóvenes pueden aprovechar las oportunidades que ofrecen los medios de comunicación digitales para construir narrativas más inclusivas y representativas de sus diversas realidades.

Aunque los estudios basados en diversidad de representaciones étnicas en un contexto digital sobre jóvenes latinoamericanos son muy limitados, según lo investigado en la Universidad de Oxford, destaca que este tema está cobrando importancia en la investigación actual. Se ha encontrado que las personas de raza negra, por ejemplo, son a diario representados de manera insuficiente en las imágenes, contenidos audiovisuales y titulares de noticias digitales, y cuando

aparecen, suelen estar vinculados a narrativas de pobreza, delincuencia y dependencia de la asistencia social (Dixon et al., 2019).

En Ecuador, se han evidenciado a través de titulares de medios de comunicación digitales que se sigue manteniendo ese modismo de crear narrativas que denigran la raza negra o incluso la etnia de las personas afectando directamente a los jóvenes. Por ejemplo, “Primicias”, un medio digital del país en una noticia escrita por Yasmín Salazar ubicó como titular “*¿Merienda de negros? ¿Expresión inofensiva?*”, éste, básicamente trata sobre las expresiones arcaicas que aún se mantienen en la sociedad y que se derivan a una connotación racista y despectiva en la representación de las personas afroecuatorianas (Salazar, 2024).

Esta situación, afecta principalmente a los jóvenes, quienes al igual que sus comunidades son frecuentemente mostrados de manera negativa. Estas representaciones refuerzan estigmas raciales que limitan su capacidad para construir una identidad positiva y afectan su construcción social en el entorno donde se desenvuelven, como resultado esto puede generar un desinterés comunitario que impulsa a los jóvenes a adaptarse a interpretaciones erróneas y prejuicios generalizados.

La representación de la diversidad de género en los medios digitales también enfrenta desafíos significativos. A pesar de que las plataformas como YouTube, Instagram y TikTok ofrecen un espacio para que los jóvenes de género diverso compartan sus experiencias, los estereotipos tradicionales continúan predominando. Según un estudio de Wegener et al., (2020), basado en la representación de género en la plataforma YouTube, mostró en sus resultados que los videos más populares en este medio continúan replicando modelos de conducta similares a los que se veían en

la televisión y el cine, perpetuando aún estereotipos que moldean la conducta de los jóvenes.

Las mujeres, por ejemplo, están subrepresentadas en los contenidos más vistos y suelen abordar temas con una connotación estereotípicamente femenina, como la moda y la belleza, mientras que tienen menos visibilidad en áreas como la tecnología y la ciencia. La mayoría de las autorrepresentaciones de mujeres se centran en su vida privada, lo que refuerza la idea de que sus logros son menos relevantes socialmente. Este estudio demuestra que, aunque las plataformas digitales ofrecen una mayor visibilidad, la diversidad de género aún enfrenta limitaciones en las representaciones sociales.

Al menos en Ecuador, la Constitución respalda en art. 17 el derecho a la comunicación plural y diversa, estableciendo que los medios deben promover la inclusión y representación de todos los sectores de la sociedad, en particular a aquellos que han sido históricamente marginados (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 17). Esta disposición constitucional enfatiza la necesidad de que los medios digitales se comprometan con representaciones que reflejen la diversidad en el país, esencialmente de una imagen real y no estigmatizada de los jóvenes quienes son parte de los grupos vulnerable, así, cumplir con este principio resulta fundamental para construir un espacio mediático donde los jóvenes encuentren un espacio donde puedan dar poder a su voz y logren ser representados de forma auténtica, sin estereotipos ni subjetividades que distorsionen la construcción de su entorno social.

Conclusiones

En esta era contemporánea, marcada por el avance tecnológico, los medios digitales juegan un rol esencial en la construcción de las representaciones sociales de los jóvenes, estos medios, al ser una herramienta de gran alcance, no solo transmiten información, sino que también influyen profundamente en la percepción de los jóvenes, contribuyendo a la construcción de su identidad social y cultural. De acuerdo con la tesis desarrollada, se evidencia que mediante las narrativas y discursos que circulan en estas plataformas digitales, influyen en la interpretación pública y en la autoimagen que los jóvenes construyen de sí mismos, lo que refuerza la necesidad de abordar dichas representaciones desde una perspectiva más responsable y comprometida con la diversidad sin crear patrones que perjudiquen a los jóvenes fuera de la realidad virtual.

A lo largo del análisis, se ha observado que las representaciones sociales de los jóvenes son moldeadas por diversos factores culturales, sociales y mediáticos. Aunque muchas veces los contenidos digitales perpetúan estereotipos negativos, también ofrecen oportunidades para que los jóvenes redefinan estas narrativas y fomenten representaciones más inclusivas, aprovechando el carácter participativo e interactivo de las plataformas digitales como TikTok que es una de las más usadas.

Por ello, considero que es esencial que los medios de comunicación digitales evolucionen hacia prácticas que reflejen una representación más equilibrada y auténtica de los jóvenes, reconociendo su diversidad y su rol como agentes de cambio social. Esto implica superar las limitaciones de los estereotipos y estigmatizaciones predominantes y construir narrativas que visibilicen sus experiencias, logros y aportes a la sociedad.

Como aporte innovador, se propone que los medios digitales y las plataformas sociales incluyan mecanismos de colaboración con jóvenes creadores, generando espacios donde puedan expresar sus voces de manera auténtica y contribuir a la construcción de narrativas más plurales. Además, se sugiere realizar investigaciones futuras que profundicen en las dinámicas de representación en contextos locales y regionales, especialmente en países latinoamericanos como Ecuador, donde las problemáticas sociales y culturales influyen directamente en estas narrativas.

Finalmente, en el contexto ecuatoriano, donde los estudios sobre esta temática son escasos, este trabajo contribuye al entendimiento de cómo las narrativas digitales influyen en la percepción y construcción de las representaciones de los jóvenes. Además, ofrece una base para futuras investigaciones enfocadas en las dinámicas específicas de los medios digitales en América Latina, resaltando la necesidad de prácticas comunicativas responsables que empoderen a los jóvenes y les permitan participar activamente en la creación de narrativas que definan su rol en la sociedad. Este aporte no solo invita a reflexionar sobre la responsabilidad de los medios, sino que también abre un espacio para cuestionar los estereotipos predominantes y promover cambios en las políticas comunicacionales que prioricen la diversidad y la inclusión.

Referencias

- Aguirre, C. (2024). Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador. *Uru: Revista De Comunicación Y Cultura*, (9), 70–82. <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>
- Ávalos, M., Culqui, A., & Erazo, M. (2020). Medios tradicionales vs. medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 7(166-182), 716-729. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/218>
- Banchón, M. (2023). Influencia de los medios de comunicación digitales en los jóvenes de la ciudad de Machala. Caso jóvenes de 18 a 20 años de la Parroquia Puerto Bolívar. [Tesis de posgrado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador]. Archivo digital. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/20291>
- Bautista, A. (2022). Representaciones sociales en torno a la juventud en Colombia. Una mirada desde los medios digitales [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás de Bogotá]. Archivo digital. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/45935>
- Calderón, B. (2020). Trabajo, representaciones sociales y jóvenes. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Río Negro, Argentina], Archivo digital. <http://rid.unrn.edu.ar/handle/20.500.12049/6170>
- Carrera, P., Blanco, M., & Sainz de Baranda, C. (2020). Consumo mediático entre adolescentes. Nuevos medios y viejos relatos en el entorno transmedia. *Historia y comunicación social*, 25(2), 563-574. <https://doi.org/10.5209/hics.72285>

- Castillo, B. (2020). Comunicación digital: la transformación de la realidad y la conciencia. *Comunicación*, (42), 109–112.
<https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a09>
- Chávez, T. y Rodríguez, T. (2022). Representaciones sociales en torno a la inclusión educativa: análisis de narrativas de participantes en equipos psicopedagógicos. *Voces de la educación*, 7(13), 3-35.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8843509>
- Civila, S. y Castillo, B. (2022). Lenguaje, estigmas y estereotipos en los medios de información y canales digitales. *ResearchGate*. 17-32. <https://n9.cl/bc5rrl>
- Cordero, A. y Luceros, N. (2020). Tiempo de juventudes. Narrativas digitales, jóvenes y participación. *Repositorio digital universitario UNC*.
<http://hdl.handle.net/11086/22575>
- Dixon, T., Weeks, K., & Smith, M. (2019). Media Constructions of Culture, Race, and Ethnicity. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Retrieved.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.502>
- Fernández, C., Villavicencio, C., Jiménez, I., & Mendoza, G. (2020). La realidad cotidiana: forma de representación social. *Academo (Asunción)*, 7(1), 11-21.
<https://doi.org/10.30545/academo.2020.ene-jun.2>
- Jodelet, D. (2011). Aportes del enfoque de las representaciones sociales al campo de la educación. *Espacios en blanco. Serie indagaciones*, (21),133-154.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=384539803006>
- Manrique, A. (2022). Teoría de las representaciones sociales: Una revisión de la literatura. *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 26(1), 119-151.
<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/subyprocog/article/view/1351/1341>

- Monroy, R., Valdés, K., & Romero, E. (2019). Más allá de las identidades culturales juveniles. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 25(49), 115-137.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31658531005>
- Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E investigación Social*, 1(2). <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v1n2.55>
- Moreira, J. (2021). Narrativas digitales como didáctica educativa. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 846-859.
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2409>
- Organización de los Estados Americanos (OAS). (2008). *Constitución de la República del Ecuador* [PDF].
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Pérez, A., Barón, G., & Rubio-Romero, J. (2021). Mapeo del consumo de medios en los jóvenes: redes sociales, 'fake news' y confianza en tiempos de pandemia. *index.Comunicación*, 11(2), 187–208.
<https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Mapeod>
- Piscitelli, A. (2008). Nativos digitales. *Contratexto*, 16(016), 43-56.
<https://doi.org/10.26439/contratexto2008.n016.782>
- Riffo, I. (2022). Imaginarios sociales, representaciones sociales y re-presentaciones discursivas. *Cinta de Moebio*, (74), 78-94. <https://dx.doi.org/10.4067/s0717-554x2022000200078>
- Salazar, Y. (2024). ¿Merienda de Negros? ¿Expresión inofensiva? *Primicias*.
<https://www.primicias.ec/noticias/firmas/afroecuatorianos-racismo-violencia-ecuador/#:~:text=Este%20modismo%20se%20usa%20para,barbarie%20y%20falta%20de%20civilizaci%C3%B3n.>

- Salazar, L. (2020). Investigación Cualitativa: Una respuesta de las Investigaciones Sociales Educativas. *CIENCIAMATRIA*, 6(11), 101-110. <https://doi.org/10.35381/cm.v6i11.327>
- Torrado, C. (2021). Apuntes sobre las narrativas adolescentes y juveniles como alternativas a los enunciados adultocéntricos. *Quaderns d'animació i educació social*, 33, 1-12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7721044>
- UNESCO. (s.f). *Media pluralism and diversity*. En UNESCO. <https://www.unesco.org/es/media-pluralism-diversity>
- Vargas, M., Yaulilahua, M., & Quincho, H. (2024). Gestión de redes sociales y el nuevo consumidor digital millennial en una ciudad del Perú. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 15(1), 44-55. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.15.1.1000>
- Vázquez, J. (2021). Nuevas narrativas en los cibermedios: de la disrupción a la consolidación de formatos y características. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 685-696. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70222>
- Velasteguí, E., Velasteguí, H., & Carrasco, Y. (2017). Los medios de comunicación y el impacto en las redes sociales. *Visionario Digital*, 1(4), 34-44. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.260>
- Viché, M. (2017). Los jóvenes y la construcción de narrativas para interpretar la realidad. *Quaderns d'animació i educació social*, (25), 1-13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7561964>
- Vizcaíno, R., Catalina, B., & López de Ayala, M. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y

percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de Comunicación Social*,
(74), 554-572. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1345>

Wegener, C., Prommer, E., & Linke, C. (2020). Gender Representations on
YouTube: The Exclusion of Female Diversity. *M/C Journal*, 23(6).
<https://doi.org/10.5204/mcj.2728xjh>