

Ctrl + Zeta:

Por: Luis Mejía García. 23/12/2021

Los 'centennials' han adaptado sus discursos a plataformas como TikTok o Twitch para cubrir sus necesidades informativas y reinventar la manera de contar sus historias

La generación Z ha reformulado completamente la comunicación y la manera de hacer información en redes sociales. Han nacido en un contexto puramente digital y están acostumbrados a manejarse en los formatos y los lenguajes específicos de las plataformas, pero en los últimos años han ido un poco más allá.

Con los dúos en TikTok o las retransmisiones en directo por Twitch, los *centennials* (1997-) han adaptado sus mensajes a las posibilidades narrativas de las nuevas aplicaciones y han encontrado sus propios espacios para comunicarse. Muchos de estos jóvenes han creado sus proyectos para hacer información política o generar referencias comunes a través de los movimientos sociales que les están marcando como generación. Ya manejan la comunicación de hoy, y lo están haciendo sin el permiso de los grandes medios tradicionales.

Twitch: el poder de la comunidad

Estos nuevos espacios han permitido crear comunidades enteras de espectadores. A finales del año pasado, un grupo de más de cien jóvenes planificó una amplia cobertura de las elecciones en Estados Unidos. La llamaron #Destino3N. Se organizaron por grupos y se prepararon durante meses para dar contexto en redes y el día de las elecciones contaron los comicios en directo a través de Twitch. [Blanca García](#) estuvo allí: "Para mí fue algo muy nuevo. Esa noche aprendimos que Twitch era un medio bidireccional que nos aportaba tanto como nosotros podíamos aportar a los que nos veían. Lo que hicimos fue ofrecer un servicio para resolver dudas, más que aportar una información unidireccional. Por eso no tiene nada que ver con la tele".

[Daniel Guisado](#) también ha encontrado en la plataforma un filón. Él analiza la actualidad política con expertos en sus directos de Twitch. Se le ocurrió la idea durante la pandemia porque vio "un espacio para hacer algo más que *gameplays* y

vídeos de reacciones”. Quiso explorar una vía alternativa al griterío y la crispación de las tertulias televisivas para buscar un escenario más tranquilo: “Yo no quiero invitar a dos personas que sé de antemano que se llevan mal o van a discutir porque no me gusta y me sentiría incómodo. Prefiero que la gente esté tranquila y aprenda algo”.

TikTok: activismo en menos de un minuto

TikTok ha sido otro de los grandes revulsivos para los zetas. La plataforma ha conseguido abrir nuevos espacios de diálogo entre los creadores de contenido y sus seguidores. [Samia Jahjah](#) estudia comunicación audiovisual y utiliza sus vídeos para desactivar estereotipos racistas: “Se puede llegar a construir una pequeña comunidad. Ver a seguidores en los comentarios que llevan desde el principio te da una sensación de cercanía enorme”.

Los jóvenes están desertando de los grandes medios, que son una derivada más de ese sistema que no les tiene en cuenta

Esto también ha redefinido su manera de hacer activismo: “La generación que viene es de ideas muy fuertes y diferentes a las que se han venido transmitiendo durante todos estos años. Tenemos un poder de acción y de cambio bastante importante”. Samia hace política desde la visibilidad y la ironía: “La idea es enseñarte quién soy yo para que veas cómo soy. No hace falta que yo te diga que no soy esto o lo otro; mira mis vídeos. Yo siempre he estado muy a favor del humor porque ayuda a transmitir el mensaje muchísimo mejor que cualquier vídeo serio”.

TikTok también ha transformado la manera de contar historias personales. [Chloe García](#) va narrando su transición de género con este tipo de herramientas. Ella suele responder a las dudas que recibe a través de los comentarios o de la sección de preguntas para explicar cómo está siendo el proceso y resolver las inquietudes que le plantea la gente. [Daniela Requena](#) también cuenta su experiencia en ámbitos muy cotidianos para una persona que está viviendo lo mismo que ella.

Coral Hernández, socióloga y doctora en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid, explica que esos nuevos ídolos han sido un refugio para ellos: “Si ya antes los jóvenes se cobijaban cada vez más en su grupo de pares, este año y medio ha sido la hecatombe. Eso ha favorecido la aparición de esos

referentes dentro de los grupos de jóvenes, simplemente por tener un discurso diferente al de las instituciones”.

“Sospechosos habituales”: por qué los jóvenes ya no se sienten parte del sistema

Como generación, los zetas ya han vivido dos grandes crisis: la de 2008 y la del coronavirus. La derivada de la pandemia ha redibujado su panorama social, político y económico y les ha condenado a un futuro incierto. Les ha dejado un mercado laboral inaccesible o en unas condiciones ruinosas: en España, el paro juvenil roza el 40% (la tasa más alta de la Unión Europea, [según Eurostat](#)) y los que tienen la suerte de trabajar lo hacen cobrando un 50% menos de lo que cobraba la gente con su misma edad en 1980 ([El Mundo](#)).

Esa falta de oportunidades y de certezas también está condicionando su salud mental. [En una encuesta reciente](#), el *Pew Research Center* estimó que la “ansiedad y la depresión” ya preocupan al 70% de los adolescentes en Estados Unidos. Creen que es el principal problema de la gente de su edad. De hecho, la OMS ya ha dicho que será la primera causa de discapacidad entre jóvenes y adultos en 2030. Hoy, el suicidio es “la segunda causa de muerte” en los jóvenes de 15 a 29 años, según el organismo.

En España, los jóvenes de 18 a 34 años son los que más “han frecuentado los servicios de salud mental, han tenido más ataques de ansiedad y síntomas de tristeza” y los que “más han modificado su vida habitual” durante la pandemia, según [la Confederación de Salud Mental de España](#). De hecho, UNICEF advierte [en su último informe](#) sobre la covid y la salud mental de los jóvenes de la necesidad de invertir más en psiquiatras, psicólogos clínicos y recursos para un problema que afecta al 18% de la población en nuestro país. El [Ministerio de Sanidad](#) calcula que el 12,6% de los jóvenes de 15 a 24 años está en riesgo de desarrollar una mala salud mental.

En ese contexto tan hostil, muchos jóvenes sienten que el sistema les está fallando: se han convertido en “sospechosos habituales”, esas personas excluidas de la vida activa porque ya no están dentro del aparato productivo, como analiza Coral Hernández. De ahí que busquen referencias comunes en otros jóvenes: “Hoy apenas tienen voz política y social. Eso hace que el grupo de pares se vuelva muchísimo más importante. Ahí se refugian. Cuando lo de fuera falla, solo pueden

recurrir a lo de dentro”.

El “consumo rápido” de la información

En esa búsqueda de una voz propia y un espacio común han encontrado las redes sociales. Los jóvenes están desertando de los grandes medios, que son una derivada más de ese sistema que no les tiene en cuenta. Para Bárbara Yuste, periodista y profesora de la Universidad Carlos III de Madrid, esta brecha es una cuestión de enfoque: “La imagen que se tiende a mostrar es excesivamente lúdica y descomprometida, en la que se prima el placer como criterio moral y donde se muestra a los jóvenes como culpables de una situación de inestabilidad”.

No les interesa cómo se les está contando la información y han buscado otros formatos más adaptados a ellos: “No quieren convencionalismos. Lo que quieren es seguir con su rutina y que sea la información la que vaya a ellos, no al revés”, según Yuste. Se han acostumbrado al modelo “*fast food* de la información”, ese “consumo rápido” que no les haga perder el tiempo.

[El último informe del Reuters Institute](#) que analiza el comportamiento de la audiencia joven en el consumo de noticias profundiza en esa idea: “Siguen necesitando que la información conecte su propio mundo al mundo exterior (...) pero ya no creen que los medios tradicionales sean la mejor forma de hacerlo”. Los zetas esperan tener una experiencia “tan fácil y accesible como lo es usar Facebook o Netflix”.

A ese entorno se han adaptado muy bien propuestas como la de [Ac2ality](#), un proyecto de varias jóvenes periodistas que traducen los periódicos para los zetas y explican temas complejos en menos de un minuto. Tienen mucho tirón en TikTok con sus “cinco cosas de hoy”, aunque el problema de la plataforma es que te obliga a condensar el mensaje en muy poco tiempo. Para explayarse un poco más, tienen su cuenta en YouTube y su canal de Twitch.

El periodista Emilio Doménech también se ha hecho TikTok para resumir las informaciones del día. Su [Wikly](#) funciona como un boletín semanal de información internacional para que los *centennials* la puedan digerir mejor. Incluye tres o cuatro temas distintos con una explicación sencilla y fácil de entender y una estética muy adaptada a la plataforma.

Qué está fallando: negatividad y falta de personalidad en los contenidos

En ese camino, los medios tradicionales han fallado, sobre todo por las coberturas “repetitivas” de temas que no aportan nada nuevo, como refleja el informe de Reuters. Pero ese desapego también tiene que ver con la politización, el lenguaje y la escasa adaptación a las plataformas. Los jóvenes han huido del tono “serio, institucional, seco y técnico”. El [estudio de 2020 del Reynolds Journalism Institute](#) también va por esa línea, e introduce un matiz importante: el bienestar mental. Los jóvenes están abrumados por esa cantidad de “negatividad” en las noticias y han ido buscando refugio en las redes sociales “como una forma de liberar el estrés de la vida real”.

Los zetas han profundizado en la idea de ir creando una comunidad de iguales con la que compartir referencias y mensajes comunes

Daniel Guisado hace tiempo que desconectó de los formatos tradicionales: “Yo no pongo nunca la tele; me interesa entre poco y nada porque no me veo representado. No me interesa que la gente se tire los trastos a la cabeza y hable siempre con los mismos clichés. Yo elijo cuándo y cómo ver algo. La televisión sigue anclada en los horarios fijos. Estoy más acostumbrado a las dinámicas de las plataformas como Netflix”.

Blanca García, de #Destino3N, cree que sí hay algún cambio: “Los medios de comunicación están aprendiendo. Están viendo que, si no se dan una vuelta [por las redes], van a quedarse como instrumentos analógicos de otras generaciones. Nos han despreciado muchas veces haciendo ver que esto era una cosa de niños, pero se están dando cuenta de que somos el futuro”.

Una nueva generación política

En paralelo a este auge de las plataformas, los jóvenes se han ido politizando cada vez más. En general, les suele interesar menos la política que a otras generaciones porque “el sistema político les deja fuera al no tratar los temas que les afectan” (Gema García, *eldiario.es*). Pero desde la crisis de 2008 algo ha cambiado: “La irrupción de la Gran Recesión duplicó la curiosidad por la política de la juventud. Sus niveles de interés alcanzaron el 41% en 2012, que en 2019 se mantuvieron en el 37%”, según el [Informe Juventud en España 2020 del INJUVE](#).

Pero esto ya viene de lejos. Lo explica Javier Lorente, politólogo de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid: “Las protestas de los años 60 ya incorporaban los derechos civiles, no es que los jóvenes hayan descubierto ahora el feminismo y el antirracismo. En aquella época ya se hablaba de políticas de identidad, que también tienen que ver con la discriminación y las desigualdades”. Que ahora los jóvenes hayan intensificado el interés por estos temas tiene que ver más con el perfil de los que se movilizan: “Los que participan en las protestas suelen ser universitarios de clase media-alta que se sienten más movidos por las desigualdades que sufren de primera mano. Si de recursos no andas mal, vas a priorizar este tipo de temas frente a otros”.

Lorente no tiene tan claro que las redes activen su interés por la política; más bien lo reafirman: “Los que producen este tipo de información en redes sociales están más politizados y ya participaban antes. Y la mayoría de los receptores también. Soy bastante escéptico en ese sentido. Si no te interesa la política, no vas a ver un directo en Twitch de política. Lo que sí puede pasar es que muchos chavales accedan a una información que no tenían antes”.

Con todo esto, los zetas han profundizado en la idea de ir creando una comunidad de iguales con la que compartir referencias y mensajes comunes. Han encontrado en estas redes una vía alternativa a la exclusión de los grandes medios y un nicho que se adapta muy bien a las necesidades informativas que han desarrollado como generación.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: CTXT

Fecha de creación
2021/12/23