

POR QUÉ HACE INTERNET MEJORES A LOS JÓVENES

Por XAVIER VIDAL, ciberguionista de Crónicas Marcianas

e-mail: XavierV@gestmusic.es

LA JUVENTUD DE INTERNET (Versión Preliminar)

Posiblemente, este sea uno de los mejores foros para hablar sobre Internet. El pasado 1 de Enero, la red como la entendemos hoy cumplió 20 años. Fue entonces cuando Arpanet se abrió a la sociedad civil y, gracias a un protocolo inventado por Vint Cerf, Internet se hizo universal. Es decir, que Internet tiene una edad similar a la de muchos de los que estáis aquí. Y, como todos vosotros, es joven y dinámica, habla vuestro mismo idioma y tiene unas inquietudes muy parecidas a las vuestras.

Sin embargo, Internet no es sólo joven por su edad. También lo es porque toda una generación de entre 13 y 24 años ha asumido este invento de finales del siglo XX (que algunos autores sitúan como el más importante de la centuria) como suyo y crece pareja a la Red. ¿Cómo se entiende, si no, que cualquier grupo de colegas cuando se reúnen en casa de uno de ellos se conecten a la red casi como un ritual? ¿O que la mayoría de los miembros de la peña se suelen comunicar a través del Messenger u otros programas similares de mensajería instantánea? ¿O que la mayoría de jóvenes se haya bajado alguna vez música en formato MP3, o fotos de su ídolo favorito o que muchos de ellos recurran a la red para dotar de contenidos los trabajos escolares requeridos por sus profesores? Pero no sólo es joven por todo eso. Además, también es joven porque, como a los que estáis aquí, le espera un futuro brillante que está por escribir y, sobre todo, porque el comportamiento de la red es, en un ejercicio de mimetismo, igual al vuestro.

Además parece evidente que, igual que la juventud es una etapa de la vida caracterizada por ciertas carencias que deben solucionarse, también con la red ocurre lo mismo. El servicio sigue siendo demasiado lento y sigue contando con demasiadas incidencias para considerarse maduro. Es posible que la evolución de la juventud y la de Internet corran parejas tanto en sus carencias como en sus virtudes. Y aunque es cierto que el comportamiento técnico de la conexión sigue siendo demasiado inconstante, la información que contiene la red sigue sin estar estructurada y actualizada de la mejor manera posible y las fuentes de información siguen sin ser todo lo rigurosas que desearíamos para considerarla fiable, no es menos cierto que la red también contiene virtudes derivadas de su propia juventud: es imprevisible y sorprendente (encontramos páginas que nunca hubiéramos imaginado, con puntos de vista desde prismas alternativos e información nueva), es pasional (se navega con el corazón, buscando aquello que nos gusta y nos llega), es emocionante (los jóvenes

navegan durante horas siguiendo, a veces, un hilo que les lleva hasta un final compensatorio: la rara canción de su artista favorito, la foto o la biografía de su ídolo deportivo o el correo electrónico de la chica o chico de su clase a quien quieren impresionar) y, por supuesto, es solidaria porque ayuda, de alguna forma, a la organización social de los jóvenes y contribuye a movillizarles por las causas justas (manifestaciones antiglobalización, salvación de la nigeriana Safiya, etc). Los jóvenes y la red son un binomio cuyas variables internas contienen un potencial por desarrollar que constituirá, quizá, la fórmula de la que más se hable en los próximos años desde que Einstein formuló su famosa $E=Mc^2$.

POR QUÉ INTERNET HACE MEJORES A LOS JÓVENES

PORQUE LOS JÓVENES INCORPORAN INTERNET "DE SERIE"

Si estuviéramos hablando de coches, podríamos decir que, así como Internet es un extra para los adultos, que tienen que solicitarlo y "pagarlo" aparte, que tienen que instalarlo a sus conocimientos base, en el caso de la juventud es un accesorio que viene de serie. Es natural en ellos, o, en términos tecnológicos, es nativo en su sistema operativo. Igual que uno se imagina a sus mayores con el índice, el pulgar y el corazón manchados de tinta de bolígrafo, cuando piensa en una referencia análoga en los jóvenes, inmediatamente se imagina a los jóvenes de hoy ante la pantalla del ordenador y con los dedos pegados a un teclado. El dato de que el índice de penetración de Internet es casi de la mitad de la población de entre 13 y 24 años, va justamente en esa dirección. Es más, su predisposición al lenguaje audiovisual, fruto de su educación en la cultura de la televisión hace que el aprendizaje tecnológico sea mucho más sencillo para ellos.

Según el último censo, en España hay un 16,7% de la población que tiene entre 14 y 24 años. De ellos, 36,6 % navega todos los días por Internet y el índice de penetración de la Red en este grupo de edad es de un 49%, doce puntos porcentuales más que el siguiente grupo de edad (1)

La predilección de las materias relacionadas con Internet respecto a otro tipo de contenidos se ve claramente reflejada en el nivel de audiencia de la sección de Internet del programa Crónicas Marcianas. Este espacio televisivo, dedicado fundamentalmente al ocio, el erotismo, las curiosidades y el humor en la red tuvo una audiencia media en lo que va de año de un 43% de share; esa cifra se eleva hasta 59% en el grupo de edad de los 13 a los 24 años. La diferencia, 16 puntos porcentuales más de share, es muy superior a la registrada respecto al resto de contenidos del

programa: 30 % para el global de audiencia frente a 39 % de share entre el grupo de jóvenes (13 a 24 años). Es decir, el Crónicas Marcianas tuvo un 9% más de audiencia entre los jóvenes en cuanto al global de contenidos, pero si lo restringimos a la sección de Internet, esa diferencia se dispara hasta los 16 puntos. Eso demuestra claramente el interés de los jóvenes por toda la información relacionada con la red. Por otra parte, una gran cantidad de correos electrónicos que recibo en la redacción del programa referidos al espacio dedicado a la red van dirigidos a averiguar la dirección de las páginas de contenido lúdico para poder acceder a ellas desde sus casas. (2)

PORQUE LA RED LES HACE MÁS INDEPENDIENTES

La generalización del uso de Internet en los últimos tiempos ha ayudado a que toda una generación sea más independiente. Baso esta afirmación en que el caudal de contenidos que la red ha facilitado a los jóvenes se ha convertido en un poderoso instrumento más diferenciación generacional respecto a los adultos. Les ha permitido crearse un nuevo estatus: los jóvenes dominan el nuevo lenguaje técnico a un nivel muy superior al de los adultos y no olvidemos que quien domina la tecnología tiene una parte del poder. Por otra parte, les ha facilitado el acceso a un número elevado de contenidos de una forma sencilla. En este grupo hay tanto información específica de su grupo sociológico (música, mp3 –un 52% han bajado alguna vez este tipo de música en formato comprimido (0)-, información sobre sus ídolos, musicales, deportivos, etc) como global (consultas de información para sus estudios, consulta de horarios de conciertos o eventos culturales o búsqueda de información para una posterior compra). Podría decirse que en muchos casos los jóvenes ya no preguntan las dudas a sus padres sino a “papá Google”. Eso ha ayudado mucho a establecer una nueva barrera generacional que les ha hecho más independientes. Las estadísticas así lo reflejan.

Lo que más buscan los jóvenes en Internet son juegos online, charlas a través del chat, mensajería instantánea y descarga de audio (MP3) y vídeo y consultas de información general (respecto a eventos culturales o a productos de consumo corrientes) (3)

Pero además, los jóvenes han encontrado en red una nueva forma de ingresar en el mercado laboral. Mientras sus mayores usan con poca profusión este canal para encontrar trabajo (12,1%), en el caso de la juventud, este porcentaje se dispara hasta el 22,8% (3.1).

PORQUE LES HA BRINDADO UN NUEVO CANAL DE COMUNICACIÓN

Contrariamente a lo que muchos agoreros creyeron en los primeros años de la red, Internet no ha aislado a los jóvenes, sino que les ha brindado un nuevo canal de comunicación entre ellos a través, fundamentalmente, de la mensajería instantánea y de los chats, que les ha permitido profundizar en sus relaciones sociales de grupo. Los adolescentes perciben Internet como un espacio desde el que construir nuevas relaciones sociales, pero, sobre todo, lo conciben como un potente instrumento que les permite consolidar sus relaciones grupales ya existentes. Por tanto, ayuda a unirles, a que se conozcan más a fondo y que tengan la posibilidad de tener lo que podríamos llamar, valga la expresión, una "tarifa plana" de diálogo con los amigos. A través de la red pueden estar casi siempre conectados: mediante un par de "perdidas" a sus móviles se dan la señal para conectarse y reunirse en la plaza pública virtual de la red en cualquier momento, sin que haya necesidad de moverse de casa. Desde ese punto de vista, refutando las teorías de que la Red iba a convertir a los jóvenes en poco menos que ermitaños de la era virtual, Internet ha permitido a los jóvenes estar más tiempo con los amigos porque ha sumado sus reuniones electrónicas a las reuniones en persona que ya mantenían antes, sin sustituir las segundas por las primeras.

Los estudios estadísticos así lo confirman y, a diferencia del uso mayoritario de estos nuevos canales de comunicación que hacen los adultos, los adolescentes y jóvenes "no pretenden principalmente desarrollar nuevos contactos, sino disponer de un nuevo canal que les permita el contacto con las amistades desarrolladas fuera de línea" (4) En otras palabras, este nuevo canal de comunicación no ha sustituido el contacto offline cara a cara, sino que ha extendido a otro nuevo ámbito. Como afirma Livingstone, (5) Internet parece haber cambiado su vehículo de comunicación cuando están en sus hogares, "pero eso no ha cambiado la comunicación ni los asuntos de charla más comunes, ni siquiera ha reducido ese contacto directo, sino que ha servido para profundizar en él, continuando las conversaciones que han mantenido en la escuela o en la calle a través de medios electrónicos, como el chat, los foros o el correo electrónico".

PORQUE LES OFRECE UNA NUEVA FORMA DE PROBAR Y AFIANZAR SU PERSONALIDAD

En una etapa de la vida en la que la identidad está en proceso de formación, la era electrónica ha brindado a los jóvenes un nuevo escenario donde desarrollar nuevas identidades o consolidar su propia personalidad. Los jóvenes entienden Internet "como un espacio lúdico donde es posible realizar conductas o tomar identidades ficticias de manera controlada, fundamentalmente a través de las comunicaciones de correo electrónico, fotos y chats" (6). La facilidad y el anonimato del nuevo canal de comunicación que constituyen fundamentalmente los chats y su extensión a través del correo electrónico o los foros permite a los jóvenes experimentar con personalidades distintas y adoptar roles que satisfacen la necesidad de hacer realidad sus aspiraciones y deseos o proyecciones psicológicas que le ayudarán a formar su personalidad en el futuro.

Sin embargo, no hay que descartar el peligro que la adopción de personalidades ficticias puede suponer en una etapa de formación del propio ser, especialmente por la presencia en los chats para jóvenes de adultos con intenciones perversas, especialmente ligadas a las perniciosas redes de pedofilia. Las cifras son realmente preocupantes: El 85 por ciento de los casos de distribución de imágenes sobre pornografía infantil en **Internet** se efectúa a través de intercambios entre particulares en las páginas destinadas a charlas eróticas. (7) Sin embargo, es necesario decir que, siendo esas cifras muy a tener en cuenta, el volumen los datos absolutos de este tipo de intercambios respecto al tráfico total de información a través de los chats en la red es realmente insignificante, lo que no significa que debamos bajar la guardia.

PORQUE LES HACE MÁS ILUSTRADOS

La universalización del saber que supone la red ha puesto en manos de los estudiantes una vía de comunicación que les permite acceder con facilidad a contenidos e informaciones que antes sólo se podía encontrar en las bibliotecas o en lugares mucho más especializados. Internet supone una fuente de extracción de material de forma sencilla que les ayuda en la vida escolar y diversifica sus formas de ocio: los adolescentes y los jóvenes contemplan la Red como un vehículo facilitador tanto de su ocio como de su vida académica. De hecho, un 73% de los estudiantes estadounidenses y un número similar en Europa, utiliza la Red para buscar ayuda a la hora de hacer los deberes y el 90% de los profesores considera que es muy importante usar Internet en el proceso educativo (8).

Algunos autores han sugerido que la utilización que los jóvenes y adolescentes hacen de la red favorece el desarrollo de la curiosidad, la capacidad de investigación y el razonamiento en base a las informaciones encontradas(9). Además, parece claro que el uso de Internet favorece la presentación de trabajos escolares más largos, mejor escritos, mucho mejor ilustrados y con más cantidad de información relacionada con la petición académica. Es cierto, sin embargo, que los jóvenes que consultan Internet para desarrollar sus trabajos no se detienen a valorar la validez de las fuentes o realizar una selección basada en criterios de racionalidad o interrelación del material que han bajado de Internet (10). Una mirada más atenta a este fenómeno, sin embargo, revela que el problema no es específico del uso de la red que hacen los jóvenes ni de la obtención de información a través de los canales cibernéticos, sino que es una constante de mucho más alcance y mucho más generalizada. Ni siquiera parece propia de su grupo social, ya que uno de los mayores problemas de Internet y de la sociedad en general es, justamente, la valoración de la procedencia de las informaciones, el consiguiente filtrado, cotejando diferentes fuentes y separando rumores y "ruidos" en el proceso de comunicación. Ese mismo problema afecta, incluso al propio colectivo de los periodistas y, rebajando el nivel de especialización, al resto de grupos sociales que acceden a la red en busca de información.

El uso de Internet como herramienta de intercambio de información escolar ha empezado a ser un fenómeno habitual. Aunque de momento no hay estadísticas concretas, algunos operadores de Internet, como Telefónica, ya están vendiendo sus líneas ADSL utilizando como principal reclamo que permite intercambiar apuntes, bajar información sobre trabajos escolares o enviar a compañeros de clase material multimedia sobre asuntos académicos concretos. Este tipo de campañas, como suele ser habitual, responde a la percepción por parte de los operadores de una realidad incipiente respecto a este nuevo uso de la red, que sirve, también, para hacer mejores a los jóvenes.

PORQUE FAVORECE LA EQUIPARACIÓN DE GÉNEROS

Según se desprende de diferentes estadísticas, Internet se ha convertido en un elemento equilibrador entre sexos. La desigualdad entre el género femenino y el masculino es menos acusada cuando hablamos de los índices de utilización de la red entre la juventud. De hecho, el uso de la red por sexos se equipara mucho más en el grupo de los jóvenes que en el resto de grupos: de los Internautas de entre 13 y 24 años, un 44,2 son chicas y un 55,8 son chicos, mientras que en el global de la comunidad internauta, la diferencia es mucho más acusada, 25,8 de mujeres respecto

a 73,9 de hombres. Es decir, mientras que la diferencia entre el grupo de los jóvenes es de sólo once puntos, en el global se eleva hasta los cuarenta y ocho puntos porcentuales (11)

En este sentido los usos que se realizan de la red entre sexos son diferentes, siendo las preferencias de los chicos deportes, Mp3, informática, videojuegos y motor, y las chicas música (clubs de fans), moda e imagen, ocio (sitios para salir) y horóscopos, a pesar de lo cual el uso es un elemento igualador de sexos. Se podría decir que el uso de la red por parte de la juventud hace que se equiparen las posibilidades de acceso al conocimiento de las nuevas generaciones, sin que eso suponga una homogeneización de contenidos, manteniendo cada sexo su especificidad en cuanto a gustos y preferencias.

PORQUE LES HACE MÁS SOLIDARIOS

Frente a quienes piensan que Internet, por su naturaleza de actividad intelectual y no física, tiene la tendencia a inmovilizar a las personas que navegan por la red, está el poder de convocatoria demostrado por la red en las recientes manifestaciones contra la guerra del pasado 15 de febrero y, un poco más alejado en el tiempo, las concentraciones en contra de la globalización. Uno de los canales de comunicación fundamental que usaban los jóvenes que participaron en las movilizaciones antiglobalización era Internet. Las consignas ideológicas de las manifestaciones contra el desequilibrio mundial (Cumbre del G-8 en Génova y en Seattle, Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de los quince en Barcelona, Foro Social de Porto Alegre) se fraguaban en Internet y se extendían por todo el mundo a través de las páginas del movimiento antiglobalización, el correo electrónico y los foros. No sólo eso. Los desplazamientos a estos lugares fueron planificados y difundidos a todos los militantes del mundo, la mayoría de los cuales eran estudiantes universitarios y de enseñanza media, a través de la red. Un ejemplo fue la organización de las acciones de protesta contra la cumbre de los Quince en Barcelona en diciembre del 2001, coordinadas desde la página **¡Error! Marcador no definido.**, que dieron como fruto una presencia masiva en las calles de jóvenes procedentes de toda Europa (12)

Otro ejemplo del poder de hacer más solidarios a los jóvenes de Internet es la página amnistiapornigeria.org, que, según algunos responsables de su organización, Amnistía Internacional, ha movilizó a decenas de miles de jóvenes a firmar para evitar la lapidación de Amina Lawal, la mujer nigeriana condenada a morir apedreada por tener un hijo fuera del matrimonio. Una parte importante de los casi millón y medio de firmas contra esta lapidación procedían de personas menores de 25 años. La pregunta es si toda esa comunidad juvenil hubiera firmado en una mesa

dispuesta en la calle a tal efecto. Seguramente algunos de ellos sí, pero la facilidad del correo electrónico ha hecho que el número de personas jóvenes que se han manifestado en contra de una injusticia tan flagrante como la futura lapidación de Amina Lawal haya sido muchísimo más elevado. Por tanto, también en este caso, Internet ha hecho a los jóvenes más solidarios.

¿POR QUÉ LA RED NECESITA A LOS JÓVENES?

Si parece claro que Internet se ha constituido en un vehículo global y generalizado que ha hecho mejores en muchos aspectos a los jóvenes, parece también evidente que la red se mueve por intereses económicos y los jóvenes son un atractivo grupo sociológico para los e-comerciantes. Aunque es cierto que el poder adquisitivo de los jóvenes es limitado y la mayoría de ellos desconfían abiertamente de la compra electrónica, es evidente que la red influye en sus comportamientos de compra por las vías tradicionales.

Y, además, los adolescentes y jóvenes son los consumidores del futuro porque constituyen el grupo sociológico que, según las previsiones, comprará de forma natural y generalizada a través de la red en un futuro muy próximo. Se calcula que en el año 2005, el gasto online de los jóvenes europeos y estadounidenses ascenderá a casi once mil millones de euros, lo que supondrá casi diez veces más de lo que gastan en la actualidad (13).

No sólo eso, aunque los jóvenes no compren por Internet dado su escaso poder adquisitivo, suelen consultar en Internet toda la información respecto al producto que quieren adquirir y, cuando llegan a la tienda, ya tienen decidido qué comprarán gracias a su navegación a través de la red. De hecho, un porcentaje importante de los internautas (21,4%) tienen ya decidido qué van a adquirir antes de pisar la tienda, habiendo tomado esa decisión durante su navegación por Internet (14). Las empresas saben, además, que los jóvenes son muy influenciados mediante los portales y que este tipo de páginas pueden generar o modificar sus necesidades de compra, que luego consolidarán en las áreas comerciales tradicionales. (15). Es por eso que muchas tiendas de jóvenes diseñan páginas que cuelgan en Internet con abundante información sobre sus productos, aunque sin demasiada facilidad para adquirirlos online.

Como dato adicional, hay que señalar que la tendencia a ver a los adolescentes y jóvenes como futuros compradores va a seguir un proceso exponencial de crecimiento puesto que los niños se están incorporando a la navegación de forma sostenida. De hecho, en España, uno de cada

cuatro niños de entre ocho y trece años navega de forma regular por la red, lo que supone doce veces más que en el año 1998 y que constituye, además, un porcentaje de navegantes más elevado que el de adultos (16).

ESTÉTICA DE LAS PÁGINAS DE INTERNET PARA JÓVENES

Por todo eso, las páginas en Internet son cada vez más adaptadas a lo que los adolescentes y jóvenes demandan de la red. Las empresas de elaboración de contenidos para la red siguen estas recomendaciones:

- evitar todo tipo de referencia a la autoridad adulta (como críticas o referencias morales).
- incluir en las páginas contenidos y funciones que permiten la identificación y el reconocimiento a través de pruebas como tests, horóscopos, etc.
- intentar que los contenidos transmitan el estatus de joven adulto y que no transmitan la sensación de que el internauta es niño, aunque manteniendo la tendencia al juego y el aprendizaje.
- facilitar claramente, sobre todo en la parte superior derecha, una barra con muchos servicios, como chat, correo, foros, sms, etc.
- utilización de muchos recursos gráficos casi hasta la saturación, como efectos rollover, cambio de color del fondo de la página mediante sencillos javascrits, imágenes cambiantes, etc.
- preferencia absoluta de imágenes frente al texto, con recomendación de inclusión de emoticones o iconos fácilmente reconocibles y de uso común (17).

CONCLUSIÓN.

En definitiva, la red ha brindado a los jóvenes un poderoso instrumento para el conocimiento del mundo. Ha ayudado a profundizar sus relaciones sociales offline y ha dado la oportunidad de realizar nuevas amistades a través de los chats, los foros o el correo electrónico, sin reducir por eso, el contacto que los jóvenes mantienen cara a cara en la calle, los colegios o sus lugares típicos de reunión. Esos mismos instrumentos cibernéticos se han convertido, además, en la forma de comunicación más habitual, junto con los mensajes cortos de los teléfonos móviles, de la actual juventud. Si bien es cierto que los jóvenes van ahora menos a las bibliotecas, es igualmente cierto que han sustituido esos desplazamientos físicos por visitas virtuales al "ágora del saber", que es Internet. Además, las nuevas formas de expresión social contra la injusticia pasan, en lo que respecta a la juventud, por Internet: los jóvenes se manifiestan, se

organizan y unifican sus posturas usando la red como elemento comunicador. Por tanto, casi se podría decir que Internet se ha convertido para la actual juventud en un colega más de la peña, el colega más útil de todos.

(0) La Sociedad Red, Manuel Castells y Imma Tubella, 2003

- (1) Audiencia General de Medios, Noviembre 2002, Estudio General de Medios
- (2) Audiencias diarias de Sofres Enero-Febrero 2003
- (3) Informe Netvalue sobre los Usos de Internet en el 2002

(3.1) La Sociedad Red, citado.

- (4) Estudio "Características de los adolescentes y sus demandas en Internet", 2002, de Baquía Inteligencia
- (5) Livingston, S. Bobil, M. Young People and new Media. London: Sage
- (6) Netjuice Consulting, "Adolescentes online. Características del usuario y demandas hacia Internet
- (7) Informe elaborado por el criminólogo Juan Carlos Rojo, publicado en el Boletín del Instituto Andaluz Interuniversitario de Criminología, 2001
- (8) Estudio de Pew Internet and American Life Project para Siliconvalley.com
- (9) Ellen O'Brien, From Sales Pitches to civic lessons, 2001
- (10) Magdalena Alberto, Internet y los adolescentes. Presente y futuro de la sociedad de la información, 2002
- (11) EGM citado Noviembre 2002
- (12) El Mundo, 23-12-2001
- (13) Datamonitor, Informe sobre los usos de consumo en la Red 2002 referido en Baquía Inteligencia
- (14) Encuesta sobre portales Gallup, 2002
- (15) Netconsulting, citado
- (16) Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, "Navengantes en la red" y EGM
- (17) Netjuice Consulting, citado