

Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social

La caracterización y socialización de la adolescencia y la juventud actual se hayan íntimamente relacionadas con los nuevos medios y redes digitales. En esta ocasión se tratará su incidencia en este grupo de población, lo que al mismo tiempo, es hacerlo sobre las posibilidades de transformación social que ésta relación propicia: a través de la educación, la cultura, la participación política, el empleo o el desarrollo. Y es que las y los jóvenes, como generadores de patrones de uso de la Red, describen una serie de expectativas para las comunidades (apertura a mercados, desarrollo del capital social, inserción laboral), y unas pautas concretas (de relación, asociación, socialización) para el cambio social; porque, como se ha demostrado a través de la encuesta, dichas pautas no son arbitrarias, sino reflexivas, con una valoración del tiempo libre 'a la carta' y no dirigido, preferencia por la recreación automatizada, las redes sociales, la educación integral (multimedia, intercultural, interdisciplinar e interactiva) y el trabajo en red, más participativo, personalizado, independiente y creativo, como forma de individualización en un mundo interdependiente.

Palabras clave: TIC, consumo de Internet, adolescencia y juventud, generación digital, cambio social, nativos digitales, socialización.

“El avance más apasionante del siglo veintiuno no será debido a la tecnología, sino al concepto expandido de lo que significa ser humano”. *John Naisbitt*

Introducción

Hablar de juventud y medios digitales, es hacerlo de un fenómeno que está consiguiendo modificar de forma radical los modelos de uso del tiempo y las relaciones sociales. Es decir, el consumo que las y los jóvenes hacen de las redes digitales, y concretamente de Internet, está transformando, no sólo el ocio y las formas de interacción de éste segmento de la población con su entorno, sino además, por extensión, de la sociedad en su conjunto.

Puede decirse que, por primera vez, son los individuos más jóvenes los que toman la iniciativa, actuando como conductores (*drivers*) en lo que se refiere al empleo de los medios y las funciones que emprenderán de forma intercomunicada. Algo así como una “socialización ascendente” en las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y sus usos, lo que también afecta al mundo adulto, con una mayor individualización y “disolución de vínculos claros –esto es, la informalización de las relaciones–”, pero que se corresponde con la exigencia que tiene la juventud de desarrollar modos de empleo significativos de los medios (Tully, 2007). Se trata de pautas de uso que no son arbitrarias, sino que responden a una elección consciente, a tra-

vés de la cual adolescentes y jóvenes asumen y llegan a jactarse de la libertad de autorregulación frente al mundo adulto (Callejo, 2001; Rubio, 2009). Esto da lugar a un empleo lúdico/utilitario, de gran contenido simbólico, que consigue que, más allá de la automatización de la vida cotidiana que prometen las redes digitales, Internet sea considerada como “medio amigo” por parte de la juventud, y los ‘gadgets’ (pequeños aparatos digitales con los que se tiene una relación de uso despreocupada y lúdica), sobre todo en el caso del teléfono móvil, auténticos objetos Totem (elementos de culto y veneración).

Un auténtico empoderamiento de estos grupos de edad, como generadores de las conductas innovadoras que determinarán la implementación o no de las nuevas TIC, así como las nuevas pautas de relación, agrupación y comportamiento social. Y lo que es más importante, de creación de valor, que en nuestra sociedad se encuentra en la información y la innovación (Castells, 2001), ya no en los factores de producción, ni en la tierra.

Generación digital: una comunidad de educación unida por la experiencia con la innovación técnica

Con esta definición de Generación Digital, como también, Generación @, Nativos digitales (Premsky, 2001), Net-generation (Tapsccot,1996), Generación interactiva (Bringué y Sádaba, 2008), *Internet Generation* (Generación I), generación Z o Byte (estás tres últimas sólo para designar a las personas nacidas entre 1994 y 2004), son términos con los que ha querido designarse a las y los jóvenes que han crecido rodeados de nuevos medios, que los utilizan en su día a día para comunicarse, formarse, entretenerse, y que representan el segmento de la población más activo en su uso; consiguiendo una pericia superior a la de sus progenitores, lo que les ha llevado a entender las redes digitales como una oportunidad y forma de vida. Todo ello “salvando no sólo las diferencias entre países o las fronteras, sino las propias diferencias culturales y socioeconómicas” (Bringué y Sádaba, 2008, Rubio, 2009).

El concepto de generación, parte de pensadores como Karl Mannheim (1928) o Wilhelm Dilthey (1865), quienes lo consideraron fundamental para la comprensión de la historia; un método útil para estudiar la cultura de una época, resaltando el crecimiento en común y la influencia de vivencias colectivas de cada grupo generacional. Así, para Dilthey (1875), una generación presupone un grupo de individuos nacidos en torno a una fecha, pertenecientes a una comunidad de educación, formas de relación similares, preocupaciones comunes que terminan con la fuerza generadora de la anterior, y aunque algo más específico de las generaciones literarias, cuentan con una figura destacada o ‘caudillo’. Pues bien, para autores contemporáneos como Claus Tully (2007), dicha categoría analítica debería ser revistada, en tanto que, la experiencia con la innovación técnica es un aspecto fundamental, que debe ser considerado en dicha definición, y que distingue nitidamente, cada generación de la inmediatamente anterior y posterior (el disfrute de la radio, la iniciación en los “tocadiscos”, el televisor, el teléfono móvil, atraen el recuerdo de generaciones de jóvenes sucesivas).

Hablar de adolescentes y jóvenes en la Red, es hacerlo de aspectos identitarios particulares, que a su vez son los más definitorios de éste grupo social en nuestros días, y que conllevan cambios profundos en la forma de auto-conceptualizarse, interpretar la relación con el mundo adulto y enfrentarse a

su tiempo. Dicho de otro modo, la caracterización de dicha generación se encuentra íntimamente ligada a la realidad de las redes digitales, como es en el hecho de tener gustos y preferencias globalizadas (en la música, la moda, las subculturas juveniles) que se suceden simultáneamente, acceso al conocimiento y un dominio de las TIC superior al de sus mayores, mayor equiparación entre sexos, movilidad geográfica, dominio del inglés como lengua común, comunicación y uso de servicios en “tiempo real”, preeminencia de la imagen y lo audiovisual, así como, de las nuevas formas de expresión y relación asociadas.

La generación digital está siendo la primera en experimentar una serie de cambios drásticos en el procesamiento de la información y el acceso a la misma. Como hallarse conectada sincrónica y globalmente, acostumbrada a un acceso discontinuo a dicha información y al aprendizaje, gracias a los hipertextos y multifunción del software, las sintonizaciones a distancia y en el marco de una multiplicidad de canales y medios. Esto genera la necesidad de un aprendizaje más interactivo, secuencial, antes que lineal (con principio y fin). Posible, gracias a las facilidades que para la comprensión y el aprendizaje autónomo dispensan las “ayudas”, tutoriales, chats y foros de discusión, acceso ilimitado a cabeceras y bibliografía, etc. Lo que ha llevado a Frank Schirrmacher (2009) a describirlos en el entorno de la relación docente como “inforvívoros” (organismos que consumen información para existir).

Una juventud con mayor pericia en el procesamiento de información de forma rápida, cuantiosa y de diversas fuentes, sin reflexión previa, ni posterior sobre el enlace o el medio seleccionado, más en relación con el placer de “navegar”, que con el hecho de se trate de un uso no consciente. Porque entre otras cosas, se encuentra más preparada para unos *interfaces* en los cuales la distribución de la información es diferente: el texto ilustra la imagen y no al contrario, como sucedía en el soporte papel; es muy intensa gracias al hipermedia, los hipertextos y los múltiples vínculos, pasando de ventana a ventana, consultando distintas fuentes y medios, y realizando varias tareas al mismo tiempo.

Por último, se trata de un grupo generacional condicionado por unos métodos de distribución de la información, las tareas, el juego y el aprendizaje de corte conductistas (refuerzo/castigo) que, como en los videojuegos y en la autoinstrucción *on-line*, estimulan el afán de logro, tanto como de consecución y recompensa significativa, concreta pero, inmediata.

Diferencias que les distancian desde el punto de vista cognitivo, ejecutivo y procesual de las generaciones anteriores, y que repercutirá en la forma de pensar, aprender, reflexionar (en su capacidad de abstracción), trabajar, des- involucrarse. No parece extraño en este entorno, que el síndrome de déficit de atención con hiperactividad (ADHD) sea un trastorno del desarrollo y el aprendizaje que más preocupa en nuestros días, inevitable en una cotidianeidad sumida en un flujo acelerado de información, o como afirma Daniel Dennett (2009) “una explosión de ideas que el cerebro humano sólo no alcanza a cubrir”.

En esta línea, autores ya clásicos apuntan que se trata de una generación atrevida, impetuosa, desafiante, independiente, segura de sí misma, adaptable, con autoestima alta y orientación global (Tapscott, 1998; Santori, 1998), pero que desconfía de la postergación de objetivos (quiere todo rápido y sin mucho esfuerzo), con menores habilidades para la comunicación verbal y unas relaciones amistosas más laxas (Bauman, 2005; Sennett, 2000; etc.); aunque mayor capacidad para organizarse telemáticamente (es decir a tra-

vés de medios que combinan las comunicaciones con la microelectrónica); lo que unido a su dominio de la tecnología y capacidades para las herramientas digitales, generarán la necesidad de redefinición de los entornos educativos, laborales y políticos (Dávila, 2006).

Por tanto, con el símbolo de la arroba o el término generación digital quiere expresarse un conjunto de oportunidades y amenazas con las que los y las adolescentes y jóvenes actuales tienen que manejarse, adoptando los nuevos medios digitales de forma preferente y como ámbito de identificación. Un hecho diferencial con respecto a generaciones anteriores (Urry, 2003) que, como tal, interesa e inquieta a la población adulta.

Influencia de los nuevos medios en la socialización secundaria

Después de la socialización primaria acontecida durante la infancia, se produce lo que Berger y Luckmann (1968) denominaron socialización secundaria. Es decir, la que tiene lugar sobre todo en la adolescencia, aunque prosiga a lo largo de la biografía, y que estos autores la definen como la tarea de iniciarse en los roles propios de la vida social: los asociados a la división del trabajo, a la diversidad profesional, la participación, a los grupos de diversión, religiosos, el género y las relaciones intersexuales, etc.

La adolescencia es la fase vital que marca el tránsito desde la pubertad hasta la vida adulta, y como tal, puede variar según los individuos, las culturas o los criterios de análisis. Se caracteriza por un rápido desarrollo físico y psicológico, y por el aumento del interés sexual y amoroso por otras personas. Además, es el momento en el que las y los compañeros son a menudo más importantes que los progenitores en cuanto al apego e influencia” (Lahey, 1999:381). Por todo ello, se trata de un período de gran inestabilidad y cambios profundos.

Durante esta etapa el chico y la chica adolescentes luchan por la construcción de su realidad psíquica, por la reubicación de sus vínculos con el mundo exterior y por su identidad. De ahí la importancia de la información recibida de los agentes de socialización difusa, que como la televisión, la prensa y más recientemente Internet y en general los nuevos medios, comienzan a anteponerse a los de socialización primaria (escuela y progenitores) cada vez de forma más temprana, y de forma consustancia a la propia lógica de la psicología adolescente de individualización. Por su parte, en lo que concierne a la primera adultez o juventud en sentido estricto, que va desde los 18 a los 25 años aproximadamente, se trata de la fase en la cual el individuo va adquiriendo y asumiendo las responsabilidades sociales en la esfera productiva, doméstica y familiar. Es éste también el momento en el que el pensamiento lógico-formal se afianza, permitiéndoles pensar en ideas y no sólo de forma concreta. Este tipo de pensamiento se traduce en mayor capacidad para reflexionar, control de los impulsos y con ello para la incorporación a la sociedad adulta.

En todas estas tareas de anclaje social (Giddens, 1993) y desarrollo de la personalidad, lo característico de esta generación es la socialización en mundos técnicos y a través de redes sociales; en correspondencia a una individualización avanzada como rasgo característico de la modernidad (Castells, 1996; Urry, 2003). Es decir, en donde para todos “La pertenencia social y las obligaciones disminuyen, la propia persona ya no puede, sin embargo, encontrar su propia identidad en determinaciones colectivas” (Tully, 2007), y tiene que buscarla.

En España existen, aproximadamente 16 millones de hogares, de los cuales sólo en 40 %, cuentan con descendencia. El descenso de la natalidad, que actualmente se sitúa en 1,2 hijos por mujer, mientras que la media mundial está en 2,7, ha llevado a que el hijo o la hija sea 'un bien' escaso y cada vez máspreciado, en muchos casos sin hermanos,-as, o primos, limitando a las amistades la socialización del lado de los pares. Por otra parte, el desarrollo alcanzado en las sociedades occidentales y que los progenitores esperan el momento profesional idóneo para engendrar y en el caso de ambos cónyuges, ha conseguido que podamos decir que, las y los jóvenes y adolescentes gozan de un estatus económico privilegiado, muy superior que en cualquier otra época pretérita. En pocas palabras, un entorno de socialización propio de la sociedad de consumo, en familias monoparentales o familias nucleares con una estructura más igualitaria, una marcada orientación hacia los hijos e hijas, preferencia por los derechos individuales sobre los colectivos e inclinación a la privacidad doméstica, que conjuntamente con el alargamiento de la vida en el domicilio familiar de una juventud 'más precoz', ha hecho que ésta encuentre en las TIC un ámbito de libertad.

Sin embargo, como ocurre en las organizaciones, el término tecnología no es inocuo (carente implicaciones políticas), ni es una categoría determinista, sino que se encuentra profundamente relacionado con los componentes organizativos, ideológicos y culturales en donde ésta se circunscribe, en cuyo caso la percepción del proceso de innovación sería errónea, como han entendido desde muy temprano y desde diversas corrientes de pensamiento, autores clásicos como Marx (1867) o Schumpeter (en su primera fase, 1935). La relación entre sociedad y nuevas tecnologías ha sido un campo de debate muy prolífico en la historia de las ciencias sociales, en primer término como parte del proceso productivo (Marx,1867; Butera, 1988, Braverman, 1975) y más recientemente en lo que concierne a las actividades del ocio (Ritzer, *La Mcdonalización de la Sociedad*, 1996), y ambos dentro de otro proceso más importante como es la racionalización extrema de la vida cotidiana incluida la privada, gracias a la automatización que la tecnología propicia, y que ya anticiparan, George Simmel como extensión de la racionalidad financiera (1915) y Max Weber, de la racionalización burocrática (1900). Llegando finalmente en la sociedad contemporánea a lo que Zygmunt Bauman (2005) entiende como un proceso de "licuación" de las relaciones personales, como resultado de la automatización de la intimidad. Los nuevos medios a través de su adentramiento en el hogar favorecen formas intensivas y racionalizadas de relacionarse, de forma redificada, con conexiones distendidas que no limitan la libertad de elección, pero sí propician una mayor laxitud de las relaciones personales y una mayor fragilidad de los vínculos humanos, disminución de las obligaciones y las salvaguardias. De modo que, vivimos en la paradoja de hallarnos "desentendidos", al tiempo que en estrecha intimidad comunicativa. Es decir, sin "corresponsabilizan" de la vida de las y los otros (Rubio: 2006).

Las redes digitales que racionalizan y automatizan la vida cotidiana, especialmente de la juventud, como en su día ocurrió con las condiciones de trabajo en la esfera productiva, incorporan los siguientes factores de cambio:

1. Mayor economía del tiempo y el esfuerzo.
2. Actividad multimedia, audiovisual, interactiva, para el ocio y el trabajo con mayor número de estímulos, influencias y capacidad de respuesta que otros medios más pasivos como la televisión.

3. Estandarización del tiempo y las actividades de ocio, así como, las pautas de interacción.
4. Acceso a un mayor número de personas, redes e información globalizada. Disolución de las líneas férreas que separaban el tiempo y la vida laboral de la privada.
5. Confluencia de las actividades de ocio y el trabajo, lo público, lo privado y lo íntimo.
6. Formación autodidacta, que confiere facilidades (contactos profesionales, conocimientos, publicidad, etc.) para el acceso al mundo adulto, trabajo académico más cooperativo con los pares y mayor autonomía de la juventud en ambos ámbitos.

Todo ello supone una transformación física y simbólica de la realidad tal como la concebíamos hasta tiempos recientes, reestructuración de las relaciones sociales y una adaptación de las personas a las máquinas, sus tiempos, inmediatez, versatilidad, disposición de tareas, etc. Pero sobre todo, los sistemas digitales “contribuyen desde el comienzo de la modernidad a redefinir las nociones de lo público y lo privado (Certeau, 1992, citado por Gordo, 2006), lo tecnológico y lo sexual (y estas mediaciones “tecnosociales” afectarían igualmente a las nociones de infancia y juventud, su educación y gobierno” (Gordo, 2006). Porque, según Claus Tully (2007), “crecer en la sociedad moderna ha sufrido tres cambios fundamentales: la modificación de las relaciones familiares, la reestructuración de las fases de la niñez y la juventud (con una adolescencia más temprana y una independización más tardía) y un crecimiento continuo de los aparatos técnicos día a día”. Todos ellos afectan de forma radical a las bases mismas de la socialización tal y como era conocida.

Si la socialización es el proceso que afecta a diversos aspectos del desarrollo sobre todo en la niñez y adolescencia, y que abarcan el crecimiento, cambios psicológicos y emocionales y la integración social, teniendo en cuenta estas premisas, los nuevos medios cumplirían una importante función en dicho proceso, a la hora de descifrar la estructura ideológica del entorno como soporte para la construcción de la identidad, encontrar anclaje social, o de simplificar el ‘conflicto de roles’ del que habla Coleman. (1985).

Durante la adolescencia aparece lo que se ha dado en llamar ‘el estrés o tormenta emocional’, también crisis en su tránsito a la vida adulta. De ahí la importancia de los agentes durante la socialización secundaria que, como los iguales y los medios más influyen en esta etapa, antes que los progenitores o el profesorado, y que afectarán positivamente en la medida que contribuyan a establecer un reparto de roles satisfactorio para los individuos, capaz de sofocar dicha “tormenta”.

En este sentido, estudios como los de Martín Serrano (1996:211), indican que los padres y madres a pesar de lo que pudieran pensarse, “son cada vez más importantes en el desarrollo emocional de la juventud, en la medida en la que van perdiendo protagonismo como modelos a emular”. En esta disyuntiva se encuentran las redes digitales, que por otra parte incrementan la fuerza socializadora de los medios y los iguales frente a la escuela o el padre y la madre; de un lado el teléfono móvil, como nexo de libertad-conexión con la esfera parental, e Internet, como microuniverso autónomo, de apertura al mundo e identificación; y ambos, relacionados como “medios amigos” de interacción e integración permanente con los pares.

La influencia que sobre los individuos, y en concreto las socialización de las y los jóvenes consiguen los medios, ha sido muy estudiada, tanto desde la sociología de la educación, como de la comunicación; destacando cuatro corrientes: 1. La conductista, según la cual los medios tendrían una fuerza de arrastre de la conducta colectiva (Wright, 1978; Blumer, 1982); 2. La empírico-experimental, para la cual son las variables culturales las que interfieren en la persuasión, interiorización y filtro de los mensajes (Laswle,1985; Klapper,1974; Defleur,1983); 3. La funcional-estructuralista, que pone el énfasis en sus funciones de cohesión social, como la identificación y el reconocimiento (Noble, 1975); y por último, 4. Las teorías críticas, cuyo principal exponente es Jürgen Habermas (1983), que parte de la defensa de situaciones ideales de comunicación (“situación ideal de diálogo”), que serían las presididas por la idea de igualdad y libertad, como único camino para la comprensión y la posibilidad de una “vida buena”.

Giovanni Sartori ha sido el sociólogo que con su obra *Homo Videns: la sociedad teledirigida* (1998) alcanzó mayor impacto y presidió buena parte del pensamiento más “apocalíptico” sobre la influencia de la televisión en la juventud y la ciudadanía; no obstante, en lo que respecta a Internet, éste medio parece contar con un consenso generalizado, sobre que se trata de una forma más participativa e interactiva de ocio, con menor unilateralidad. Sartori apuntaba que “la televisión produce imágenes y anula los conceptos y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (1998:47). Mientras que por el contrario, los estudios sobre los juegos en red e Internet ahondaban en la posibilidad de interacción, el desarrollo de habilidades para la resolución de problemas, la creatividad, etc. (Sefton-Freen, 1996, y Weber y Fazal, 1994). Si bien éstos y otros autores/as, resaltan el hecho de que una tercera parte de los niños y niñas estudiados se sienten agresivos después de jugar con el ordenador.

Por otra parte, otras críticas habituales son comunes con otros medios audiovisuales, por ejemplo, en lo concerniente a la exposición a contenidos de adultos que afectan a la personalidad en esta etapa. Así Meyrowitz (1984) apunta que la socialización en la red genera un “niño adulto”, debido a que éstos tienen acceso a contenidos que de otro modo, le estarían vedados por razón de su edad. También a unos valores con una fuerza socializadora mayor que los transmitidos por los progenitores (Liebes, 1991); aunque, como señala éste último autor, dichos equipamientos en las escuelas puede propiciar una relación más armoniosa entre el profesorado y que las y los estudiantes puedan compaginar la educación con las actividades en el hogar.

A través de los nuevos medios, los chicos y chicas aprenden qué es lo aceptable e inaceptable en la orbe simbólica de su propio grupo social juvenil y su sexo y desde edades muy tempranas (por ejemplo cómo se debe proceder en el trato social en un chat o en un blog, o en la autopresentación de ser en Myspace, en Tuenty o en Facebook y qué no lo es); contenidos que parten más de sí mismos, que en otros medios y que se constituyen en modelos de interpretación e imitación aplicables a las distintas situaciones tipo. Una socialización que incluye la comprensión de la ética, y la formación de los valores, razón por la que la integración del conjunto de agentes de socialización, progenitores, educadores y administraciones competentes, en el mundo virtual y de éste en la educación, suponen una garantía, para que la educación formal desde el sistema educativo, y en concreto la educación para los medios, no queden al margen de la realidad/virtual/real de la juventud.

Patrones de consumo de Internet y nueva cultural juvenil

El uso que adolescentes y jóvenes hacen de la Red, pone de manifiesto su penetración en las distintas esferas de actividad (doméstica, académica, laboral, de ocio), integrando tareas de unas en otras y combinando las de recreo y trabajo; lo que aminora la separación tradicional entre ámbito público y privado. Se comparten cuestiones “de clase” desde el hogar o el cibercafé, comunicaciones personales desde la biblioteca, etc. La implementación de las TIC y métodos más interactivos en la docencia, cómo se desprenden del Plan Avanza de equipamientos en la escuela o la reforma Universitaria Europea después de la Declaración de Bolonia, unido al importante uso de Internet para la búsqueda de información y formación, estarían afectando a la separación entre el ocio y el trabajo. Es decir, a las propias bases de una sociedad postindustrial y sus contradicciones culturales entre la ética de ambas; según defendiera en su reconocida obra sobre éste tema, el sociólogo Daniel Bell (1976). En la reciente investigación realizada sobre una muestra estadísticamente representativa de las provincias de Madrid y Granada, a la pregunta sobre en dónde sueles conectarte a Internet, jóvenes y adolescentes contestaron: en el trabajo un 11,1 % en Madrid, el 9,8 % de toda la muestra, mientras un 45,2% lo hacían en su centro de estudios, el 69% desde su casa, lo que constituye al hogar como primer punto de conectividad, con una distribución del 75% en Madrid, y un 37% en Granada.

Los hogares con jóvenes y adolescentes cuentan con un número mayor de conexiones, y de éstos, el 61% en Madrid y el 64% en Granada, disponen de acceso en la habitación de las chicas y chicos. Asimismo, esta información concuerda con estudios anteriores (Lorente, Bernete y Becerril 2005, Garmendia y Garitaonandia, 2007, etc.) sobre la tendencia creciente entre la adolescencia y la juventud al uso de Internet y otros medios audiovisuales en sus dormitorios y de forma intensiva, lo que genera una autonomía que se ha dado en llamar “*bedroom culture*” (cultura del dormitorio), y que ya en el ámbito anglosajón planteaba a las y los investigadores la cuestión de la imposibilidad de control de los tiempos y contenidos audiovisuales. Lo que para la juventud, sin duda se constituye en uno de sus principales alicientes.

Las chicas suelen conectarse algo más en casa de amistades y familiares, y bastante más que los chicos en el centro de estudios (8,4 puntos más que ellos) y poco más en bibliotecas y aulas culturales, lo que apuntaría a que Internet es para ellas un tipo de ocio menos solitario, más participativo. Así como ocurre en el caso de las y los adolescentes, antes que para los jóvenes (con un 20,5% que se conecta en otras casas, frente a sólo el 14,7 % de los mayores).

La mayoría de las y los jóvenes y adolescentes encuestados utilizan a menudo Internet para la formación (67,3% aprendizaje, 89,6 información), las actividades recreativas (79,7%), para la ‘adquisición’ de productos culturales (85% descarga de filmes y música, 53,4% compra de viajes y entradas), las relaciones sociales (80%, relacionarse, 30% contactar), la búsqueda de empleo y encontrar oportunidades (en un 58,5%).

Locutorios, cibercafés, bibliotecas, aulas y centros culturales se están convirtiendo en nuevos espacios para compartir el tiempo libre, en dónde la necesidad de contar con información/comunicación con el mundo, pone en marcha nuevos usos de éste. Así, en vacaciones o durante los fines de semana en zonas los pueblos y zonas vacacionales, las y los jóvenes se reúnen en torno a los puntos de conexión, generando una serie de cambios en la distri-

bución espacial y de las relaciones. Durante la jornada escolar estos puntos se encuentran en bibliotecas y centros de estudio que adquieren un cariz más lúdico. A su vez, las redes sociales establecidas a través de Internet quedan reforzadas mediante “quedadas” o concentraciones de las y los usuarios de una red concreta, como las realizadas a través de Tuenti, Meetic en distintas provincias, o como las que ya son habituales de floggers en centros comerciales, llegando estos últimos a constituirse en una nueva tribu urbana presencial. En el caso de los floggers, es precisamente la relación cybernética el origen de la pertenencia al grupo. Es decir, la relación establecida a través de la “subida” regular de autoretratos a fotolog o metroflog y los contactos que a partir de ahí se establecen de tipo viral (anexionando nuevas personas a la página personal para que éstos te sumen a la suya).

Internet ha favorecido además que, tanto las concentraciones tradicionales, como las de nuevo cuño, tales como las propias de la juventud aficionada a la informática, puedan establecerse en un corto periodo de tiempo y ser multitudinarias. Son eventos relacionados con diversas aficiones juveniles, propias del proceso de identificación con estilos de vida y la individualización de la postmodernidad, (dibujo manga -los *cosplay*-, clubs de fans, campeonatos de distintos deportes, moteros o amantes del *tunning*), pero también causas sociales (marchas por la paz, jóvenes cristianos, movimiento okupa, protestas puntuales, etc.), políticas (grupos neofascistas y antifascistas, skinheads y redskin, etc.). Así como, aquellas relacionadas con las viejas y nuevas subculturas juveniles (conciertos de música electrónica, heavy metal, hiphoperos, breakdancers, concentraciones de emos, darks o punks, etc.), en ocasiones en confrontación, como en el caso México D.F. o Querétaro en marzo de 2008, cuando cientos de punks se enfrentaron con emos por “el robo de sus signos de identidad”, o las de tipo, por ahora dialéctico, por la misma razón entre emos (amantes del *emotive hardcore*) y pokemones (que imitan la estética emo y escuchan reguetón).

El 66,9% de las chicas y el 78% de los chicos realizan frecuentemente descargas/intercambios de música y vídeos en la Red, el 43,9% de éstas y el 57,8% de ellos descarga software, y sólo el 12,3% de las chicas, y el 7,9 de los chicos nunca se ha hecho con música y videos por éste medio. Analizando estas tareas entre grupos de edad, puede comprobarse que, las descargas de música y vídeos son más empleados en la adolescencia y el software entre la juventud; todo lo cual, al margen de debates sobre su licitud, esta dando lugar a que las personas jóvenes de nuestros días sean grandes consumidores de música y cine, que unido a la consulta y adquisición de viajes y revistas, incrementa sus conocimientos e intereses culturales. Si en el pasado se accedía a las influencias de ésta índole a través de grupos reducidos y muy localizados de amistades y en menor medida a través de revistas o de la televisión, ahora las fuentes se multiplican gracias a Internet, que abre nuevas e infinitas vías de contactar con personas y contenidos.

En resumen, nuevos estilos de relación, asociación y tiempo libre que a su vez inciden en nuevas formas de exclusión social, y que no sólo pasan por tener o no acceso a una conexión a Internet, sino por aspectos más sutiles de segregación que ponen de manifiesto la parte menos emancipatoria de las comunicaciones. Son aquellas relacionadas con problemas de integración en el grupo de iguales, generalmente por factores de diversa índole, como ausencia de habilidades sociales, diferencia, una socialización complicada o marginal. Sin embargo, la soledad de las personas más jóvenes no parece relacionarse con el tiempo de conexión a Internet, como a veces ha querido

pensarse, sino más bien ocurre al contrario, que las personas más sociables suelen contar con un uso más intensivo de la Red y de mayor variedad de aplicaciones para relacionarse. Según el UCLA World Internet Project sobre 14 países incluyendo España demostró que las y los internautas dedican más tiempo que los no usuarios a las actividades sociales, y la mitad de los jóvenes usuarios decían que la red mejora las relaciones con sus amigos (Lenhart y Rainie, 2001, citado por Garmendia 2007).

No obstante, la principal preocupación de las administraciones de todo el mundo con respecto a las TIC, y en concreto Internet, ha girado en torno al concepto de 'brecha digital', entre regiones, estatus, edades y sexos, para que ningún grupo quede excluido del progreso y el conocimiento; término con el que ha querido conceptualizarse las diferencias en el acceso a los medios telemáticos y los conocimientos necesarios para la 'alfabetización' informática. En lo que concierne al caso español, siguiendo la encuesta propia, sólo el 3,4% de la muestra total decía no acceder nunca la Red, 0,5 en la submuestra de Madrid; de ese 3,4 %, sólo el 7,9 % era por un problema de 'alfabetización digital' ("es porque no sé"), y el 36,8% porque no tiene los medios, mientras que un 52,6%, manifestaba la falta de interés que suele conllevar otro tipo de diferencias de tipo sociocultural, a las que hacíamos alusión con la expresión: "porque no me interesa".

Las aplicaciones empleadas más a menudo (97 % de la muestra total) son aquellas destinadas a la búsqueda de información (Google y otros buscadores), y las que por excelencia caracteriza la Red, perfilando un patrón de uso de la conexión, presidido por la oportunidad de ubicación de contenidos y conocimientos, similar en la adolescencia y juventud, y entre chicos y chicas (contestando que nunca lo usan un 0% de los que acceden a la Red).

En éste sentido, la dificultad que se observa es la tendencia en el discurso juvenil a no recabar información sobre el origen de las fuentes encontradas en las Web, manteniendo la confianza propia de los documentos publicados y no en función, de la fiabilidad de las fuentes. Algo que lleva a la equiparación en muchos casos, de las más cualificadas, acreditadas y solventes, con las que ocultan su identidad, contienen una información propagandística, capciosa o persiguen fines espurios, en especial entre las y los de menor edad.

En segundo lugar la mensajería instantánea (Messenger, Skype, etc.) es la aplicación más empleada por un 91% de la muestra total, la primera, por su propia naturaleza, en dedicación de tiempo (más de dos puntos los adolescentes por encima de los jóvenes y las chicas que los chicos); mientras las personas de edad más avanzada prefieren el correo electrónico.

El correo electrónico es la tercera aplicación más utilizada, su rapidez, seguridad, simplicidad y deslocalización de buzones (que no requiere un domicilio, ni las gestiones administrativas para dar de alta un destinatario) en relación con el correo tradicional, se adapta a la perfección a la nueva juventud viajera, que se conecta en varios puestos (hogar, centro de estudios, bibliotecas, lugares de vacaciones, etc.) y que demanda un mínimo control sobre sus comunicaciones. También han dotado éstas de unas mayores posibilidades de retroalimentación con las administraciones, educadores y organizaciones de toda índole. Es bastante más empleado entre la juventud, que en la adolescencia, que parece preferir la mensajería instantánea (91,7% y 79,8%), y más por las chicas que por los chicos (el 90,2% y 85,8% respectivamente).

El envío e intercambio cotidiano de contenidos multimedia, constituye una nueva forma de interrelación entre sujetos y para la articulación de redes sociales, se manifiesta como un hecho generalizado entre la juventud, que está obligando a la industria cultural a la búsqueda de alternativas para su supervivencia. La descarga de programas puede realizarse previo pago, de forma gratuita o, incurriendo en lo que se ha dado en llamar *cracking*, que es una conducta delictiva consistente en la vulneración de las protecciones de los programas informáticos, a fin de que puedan ser copiados de forma masiva.

Además, a través de la red es posible conseguir información sobre aplicaciones informáticas, resolver problemas de éstas en foros y chats específicos, adiestrarse en su uso a través de cursos de autoinstrucción y las ayudas de los propios programas, también comparar prestaciones y precios tanto de productos de software como de hardware, etc. Es decir, proporciona unas facilidades para la cualificación de las y los usuarios desde edades muy tempranas, cuyas limitaciones suelen partir más de la ausencia de motivación para adentrarse en la búsqueda y el intercambio, que como antaño, en las posibilidades de pagar instalaciones y cursos de formación. Estas facilidades que dispensa la Red están consiguiendo, que la adolescencia y la juventud, sin más motor que su propia curiosidad, se encuentren más aventajados en conocimientos informáticos que el resto de la población.

Mucho más centrados en la vida cotidiana se encuentran redes sociales como Xing (antes Neurona), Facebook o Tuenti (en español y para las personas más jóvenes), que permiten conocer y establecer contacto personal y profesional con personas con intereses comunes, para compartir inquietudes, proyectos, información de utilidad sobre viajes, estudios, ofertas de empleo, becas, lugares de ocio, residencias para estudiantes, etc.

En Tuenti cada semana ingresan 8000 nuevos usuarios y usuarias, con alrededor de dos horas de conexión, el de mayor éxito entre la adolescencia, mientras que en otras redes sociales como Facebook y MySpace no se llega a los 45 minutos. Estos dos últimos sitios, son las redes sociales con mayor incidencia entre las y los jóvenes (con un 48,7% que visitan a menudo), especialmente entre las chicas y los más mayores, seguido de Blogs y la visita o redacción (a menudo en un 31,4%) de otras páginas personales. Respecto a los Blogs los más empleados entre la juventud suelen ser los personales, periodismo amateur y los activistas, buenas prácticas para incentivar la expresión escrita, la participación política y el asociacionismo.

Las relaciones sociales tienen bastante de juego que va imbricándose con la realidad hasta ser parte de ella, de entramado de contactos unos en pos de otros (*Xing*), de pertenencia al grupo, arraigo, familiaridad (Tuenti, Facebook, Tweter), visibilidad, presentación, erotismo, expresión personal y asociación (Myspace), de descubrimiento, toma de contacto, cambio de impresiones, amistad, ligue (chats y foros, portales de encuentros), y más recientemente, de 'juego' de mayor complejidad (en realidad videojuegos), que terminan siendo relaciones sociales, nuevos roles y una realidad virtual paralela a la vida cotidiana, son los juegos sociales como *Second Life*. No obstante, se observa todavía escasa incidencia entre la juventud, con sólo un 9,7% que visita a menudo este tipo de juegos sociales, el 15 % de los chicos según la encuesta.

Las aplicaciones para el acceso y promoción del empleo son unas de las visitadas con mayor frecuencia. Entre estas han sido incluidas para su estudio,

aquellas que dentro de lo que habitualmente se considera ‘capital humano’ (en términos de ésta teoría socioeconómica promovida por Schulz premio Nóbel de economía en 1979) favorecen la promoción del empleo, como son la búsqueda y realización de cursos de formación, el acceso a bolsas de trabajos y becas y aquellas; que como las redes sociales con vocación profesional, como Xing o LinkedIn, incrementan el capital social. Éste último, un concepto que va más allá del de capital humano, para enfatizar la importancia del establecimiento de contactos, redes y fiabilidad, antes que de credenciales educativas, y por tanto, incrementar las posibilidades de inserción laboral. Cómo parece lógico las bolsas de trabajo y las becas son más utilizadas por la juventud, que en la adolescencia, siendo visitadas a menudo por el 28,5%, y algunas veces el 37% de las y los jóvenes. Sin embargo, en lo que concierne a la búsqueda de cursos, se encuentran más equiparados ambos grupos de edad, con un 17,8% de ellos que visitan este tipo de sitios a menudo, y un 11%, una cifra muy significativa, que desarrollan cursos y formación a distancia a través de la red.

Las diferencias entre ambos sexos no son importantes excepto en la realización de cursos, con diez puntos porcentuales por encima las chicas de los chicos en redes sociales con éste fin, bolsas de trabajo y becas. Lo que puede inducir a pensar que, en lo referente a la promoción laboral se produce una mayor disposición de éstas al empleo, al menos en su uso de la Red. En lo que se refiere a las aplicaciones con fines pedagógicos ocurre algo parecido. Son más visitadas por las chicas que por los chicos, y mucho más por las y los jóvenes que por las y los adolescentes. No obstante, porcentajes como el 24,4% de las y los adolescentes que utilizan la red muy a menudo para descarga de libros y apuntes, o un 17%, también muy a menudo que visitan bases documentales y bibliotecas, hacen pensar que este segmento de edad (de 15 a 19) que ya se ha desprendido del patrón de uso eminentemente lúdico de Internet, del que se hace mención a edades inferiores en distintos estudios (Soeters & Van Schaik, 2006, Yahoo LiderDigita.com, 2006. Garitaonandía, 2007, etc.)

Frente a las simpatías que despiertan otro tipo de adquisiciones gratuitas, como el intercambio de música o las web de juegos y videojuegos, las compras propiamente dichas no son una actividad predilecta de la juventud internauta, contestando que recurren a ellas “habitualmente” sólo un 3,6% de toda la muestra, y no lo hace “nunca” un 52%. Una percepción contraria a lo que ocurre con los juegos y videojuegos, que sobre todo en el caso de los adolescentes, son bastante valorados y empleados, y ya sea por compra o libre acceso, contestando que los utilizan “a menudo” un 25,5% de toda la muestra, (el 40,2% de los adolescentes), y en una proporción inferior las chicas, con un 14,2 %; y confirmando éste último dato, el perfil sexuado y a menudo sexista, de este tipo de producto, como confirman investigaciones anteriores (ver la de Díez Gutiérrez para el CIDE).

La juventud es la etapa de la vida en la que comienzan las primeras relaciones amorosas y sexuales, y sobre todo en la que se busca resolver dudas, incertidumbres y problemas de ésta índole. Así la información sexual dicen consultarla alguna vez o a menudo, tan el 30% de las y los adolescentes, y 42,2% de las y los jóvenes.

Dicho todo esto cabe concluir, que si bien la Red es bastante empleada por la juventud para la obtención de información sexual y la intimidad a través de mensajería instantánea con amigos, y también para el acceso a pornogra-

fía; se ha detectado durante el trabajo de campo y constatado en la encuesta que la utilización de sitios de contactos para encontrar pareja, o la relación virtual con personas desconocidas de forma continuada, el tráfico con pornografía y el cybersexo, del que nos habla la socióloga Marie-France Hirigoyen en su libro “Las nuevas soledades”, son conductas más propias de las personas adultas con menos tiempo y posibilidades para entablar amistades sólidas, amorios y conocer personas que de la juventud española.

Según la encuesta y el trabajo de campo, sólo un 1,4% de los jóvenes dice visitar las Web de encuentros a menudo, el 0,9% de las chicas de 15 a 25 años. Los sitios de pornografía y erotismo son bastante más visitados por los chicos, con un 21,3% de ellos que las visitan a menudo, un 39% que han entrado alguna vez, y sólo un 39,9% que dicen no las han visitado nunca, un 91,3% en el caso de las chicas. Por último, chats y foros son páginas visitadas pero de una forma menos habitual, con un 11,6 de las chicas y un 21,3% de los chicos, que dicen hacerlo a menudo, y un 53% de ambos grupos que las ha visitado alguna vez.

Adentrarse en la Red es participar de la cultura juvenil y en la sociedad de consumo al mismo tiempo; incluso a edades en que se carece de suficiente capacidad económica para la adquisición de muchos productos, éstos son simbólicamente accesibles a tiro de ratón (‘mirando qué comprar’, ‘donde comprarlo’, ‘por cuánto comprarlo’), o asequibles por medio de la piratería o el intercambio. Entrar en contacto con el mercado de productos culturales, individualidades, conductas y discursos a través de la Red, es una exposición, percibida por la juventud como “segura” y “desde la barrera”, y desde la cual, a la postre la adolescencia y juventud aprende a interpretar, recrear y moverse en un mundo de alta complejidad.

Jóvenes en la Red: factor de cambio y hecho social total

A diferencia de aquellos en los que los seres humanos se hallan unidos sólo por un fin determinado, un hecho social total es aquel que pone en acción el conjunto de instituciones sociales. No se manifiesta a través de opiniones, sino también en otro conjunto de actitudes y comportamientos que mediatizan la intervención de dichas instituciones a través de sus ejecutores (otros medios, agentes sociales, progenitores, educadores, etc.), que de esta forma se insertan en la vida laboral, política, privada, e íntima de los individuos, y que como tal debe ser estudiado. Como diría Marcel Mauss (1923), el antropólogo padre del concepto, un hecho social total es “todo lo que constituye la vida social de las distintas sociedades” y que se expresa a través de instituciones religiosas, jurídicas, políticas, familiares y económicas por medio de dicho fenómeno, adoptando formas propias de interacción, prestación y distribución, a lo que se añaden a su vez, fenómenos estéticos.

Por tanto, puede afirmarse que Internet y por extensión e integración, el conjunto de redes digitales, es un hecho social total que exige de un estudio desde una perspectiva sociológica que asuma su complejidad, excediendo de todo lo esperado de cualquier otro medio de comunicación al uso, sino más bien como una relación plena, internacional, supraindividual y suprafuncional, con reciprocidad entre los sexos, generaciones y culturas, y por todo ello, máximo exponente del cambio social en las últimas décadas.

En primer lugar, la Red ha supuesto una revolución cultural y estructural sin precedentes, que ha cambiado la humanidad, siendo adoptada por la adoles-

encia y la juventud de forma preferente a otros medios, más pasivos y manipulables. A los requerimientos técnicos mínimos para el uso de Internet, más complicados y onerosos (ordenador con unas prestaciones en su software y hardware mínimas, un módem y conexión telefónica con acceso a la Red), se unen los conocimientos y aptitudes intelectuales necesarias, que han permitido una adaptación más favorable de la juventud y su introducción en la lógica de los contenidos audiovisuales, interactivos, la informática y los distintos “gadgets” (chucherías) y aparatos digitales (PSP, Play, móviles de distinta generación, calculadoras, etc.). Son habilidades mentales, manuales, motivacionales y culturales, que han conseguido que la alfabetización digital en estos grupos de edad sea rápida; al contrario de lo acontecido con otros segmentos de la población, como por ejemplo, en los años noventa ocurrió con las y los empleados de mediana edad en las grandes corporaciones.

Un acceso favorecido por el apoyo parental y las administraciones, en especial durante la adolescencia, en la que es más necesario que el acceso a la Red no impedido por la familia y educadores; a pesar de las susceptibilidades relativas a las posibilidades de control y cómo afecta a sus estudios, constituyéndose en uno de los ámbitos de conflicto y reivindicación a estas edades (sobre su compra, tiempo y contenidos de acceso, etc.), y con ello, de identidad generacional.

Jóvenes y adolescentes suponen el 24% de las personas usuarias de Internet, diez puntos por encima de su peso específico dentro de la población Española (con un 14, 22 %). Un hecho impensable sin la tarea de las administraciones públicas (el 99,3 % de los colegios españoles ya contaban con conexión activa a Internet en enero de 2009 de los que el 98% tenía banda ancha frente al 67% de la media europea según cifras oficiales), ni si éstos grupos de edad no hubiesen alcanzado un estatus económico privilegiado, tanto en el seno de sus familias, como en las formas de vida, tras la emancipación, pero además, una capacidad cognitiva derivada de la plena escolarización y una socialización en los medios de comunicación de masas desde su nacimiento en las sociedades occidentales. Un reducto de independencia en el seno del hogar familiar, cuando son mayores las dificultades, pero menores las necesidades de emancipación juvenil. Por la carestía de la vivienda, la precariedad del empleo o la mayor tendencia que otras generaciones a permanecer en unos hogares familiares más dotados, protectores y permisivos; aspectos todos ellos que han contribuido a la adopción de Internet de forma generalizada, como también ocurre con los móviles, por el hecho de propiciar un espacio propio e independiente y en el propio seno familiar.

En relación a la estupenda adopción de Internet como “medio amigo”, además de los factores citados de, capacidad económica, cognitiva y de negociación (de infraestructuras, tiempos y espacios de acceso), se unen los valores culturales en alza, que permiten conocer cuáles han sido los grupos de referencia generadores de conductas de imitación.

Ya sea por “efecto del halo” de diferenciación y libertad que rodea a la Red, ya por la asociación con el futuro y los nuevos hábitos juveniles, etc. “La referencia al uso de Internet sigue apareciendo como una mezcla de ejercicio de distinción y ‘confesión’, como apunta el profesor Javier Callejo (2001:226). Lo que en definitiva supone que las atribuciones que jóvenes y adolescentes realizan de ésta, son las de un Medio que representa sus aspi-

raciones, en contraposición con el 'mundo de los mayores'. De modo que, jóvenes y adolescentes opinan, sobre todo en el caso de los chicos, que las personas mayores consideran Internet, en primer lugar como "un peligro" (45%), en segundo lugar, como "algo que no saben utilizar" (34,7%), y por último, y en una proporción semejante (10-11%), que es un avance, pero también algo inútil (Rubio, 2009).

La red consigue superar la verticalidad de los medios clásicos, y como tal, representa el ideal organizativo de los movimientos juveniles de insurgencia clásicos (con sistemas de debate de corte asambleario), atrayendo la presencia de éstos en la Red, (movimiento okupa, por la paz, antiglobalización), y a la aparición de otros nuevos (hackers y crackers políticos, movimientos de contrainformación). Sólo que, como argumenta Igor Sábada (en Adell 2004), a través de las redes digitales, dichos movimientos "corran el riesgo de convertirse en una simple distracción alrededor de una 'mitología neotecnológica' desvinculada del resto de problemas sociales" o en guetos virtuales. Este puede llegar a ser el caso de los hacklab (término que viene de la fusión entre hacker y laboratorio), un espacio en donde se reúne gente joven para investigar, debatir y difundir temas relacionados con las TIC y los derechos civiles, empleando un sistema de organización y aprendizaje cooperativo. Es decir, con unos fines presididos por un importante componente ideológico (algunos creados en centros sociales okupados), si bien quienes participan pueden verlo más cómo un lugar de aprendizaje que como de militancia, al igual que los hackmeeting (encuentros anuales de hackers y activistas) o las jornadas Interhacklabs.

Si Internet favorece la organización de los grupos y la proliferación de redes, su densidad informativa y carácter global, limitan el impacto de informaciones y convocatorias, lo que finalmente supone mayor opacidad para las aventuras de cambio. Tal como ocurre en los sitios webs de las organizaciones políticas y las agrupaciones a través de redes sociales, el hecho de que la acción juvenil se centre en facilitar su opinión, puede distraer la misma de otros cauces de acción política más eficaz; si no fuese porque los mismos movimientos sociales, como se afirma Alan Tourane (2007), no puedan prosperar en la medida que, "los actuales utilizan una estrategia y un lenguaje ajenos a las motivaciones y a las actitudes de las categorías concernidas ('el pueblo', 'los trabajadores')", se identifican con la reacción de víctimas, pero no conceden prioridad a la reflexión sobre sí mismos. En este sentido, hackers y activistas sociales han impuesto una práctica tecnopolítica que resuelve la contradicción de antiguos movimientos de izquierda entre mando y tecnología (Roig: 2007).

Por otra parte, los sistemas multimedia responden muy bien a las necesidades estéticas y para la difusión de contenidos culturales de antiguas subculturas y de las nuevas, en algunos casos surgidas e íntimamente ligadas a la realidad virtual (cyberpunks, floggers), y en otras, en retroalimentación permanente (nemos), con unas posibilidades dialécticas de consulta y autointerpretación de su identidad de las que antes se carecía. Así, es habitual que la juventud debata en los foros sobre la música, atuendo y valores de cada tribu concreta, y sobre aquello que son falsas creencias sobre las mismas.

Unas premisas de pertenencia de las nuevas tribus, en apariencia centradas en la estética, pero que van más allá, en la medida que enfatizan unos rasgos de erotismo y sentimentalidad, que andaban olvidados en el uso deshumanizado que el público, y no tanto la juventud, estaba dando a la red. Porque el hecho de que Internet se adentrara de forma tan radical y novedosa en la

intimidad y en los miedos, deseos y represiones, ha conseguido que la sexualidad como fin último ocupe muchísimo espacio. Es como afirma Marie-France Hirigoyen, “la hipersexualización de la sociedad moderna, que presenta una especial alianza con la Red” (2008:117). Tanto es así que, los mismos foros de temas políticos o tecnológicos son utilizados para conseguir una cita sexual, y los chats de amistad y encuentros amistosos, son sistemáticamente empleados para la búsqueda de cybersexo. Se trata de una comunicación sin erotismo, en la que predomina la genitalidad antes que cualquier otro contenido al que da lugar las relaciones intersexuales, y frente a lo que, las redes sociales en especial Myspace y Fotolog con sus autorretratos cuidados y nuevas tribus como emos y floggers, reaccionan con una coquetería y una hiperemotividad que raya la compulsión, introduciendo de paso estilos que consiguen aunar encoquetamiento con desalineo prototípicamente juvenil (tatuajes, grandes flequillos, piercing, pantalones muy ajustados).

La juventud opina en los foros y “wikis” de las administraciones, los partidos políticos, las nuevas enciclopedias o wikipedias, las cabeceras periodísticas, critica libros y otros productos culturales frente a librerías, autores y las propias editoriales, y de éste modo, se constituye en agente activo del cambio cultural y social gracias a la Red y su hegemonía digital.

Es por todo ello que, el hacker que realiza su papel a través de la acción digital, es el que encarna los valores del mundo adolescente y juvenil, como experto en TIC y además, normalmente joven y varón. Lo que no puede confundirse con la brecha digital por razón de sexo entre la juventud, aunque sí con el hecho de que la pericia informática es un valor cultural masculino entre los jóvenes. Mientras los grupos con unos contenidos más centrados en la estética, las relaciones, las causas sociales y las emociones, suelen contar con una mayor tasa de feminización.

“Hackers y su cultura son una de las fuentes esencias de la invención y continuo desarrollo de Internet”. Para ellos el valor supremo es la innovación tecnológica informática, la libertad de comunicación, la colaboración con otros hackers, la generosidad y reciprocidad (Castells, 2001). Consideran la creatividad como un valor superior a la riqueza económica y la satisfacción de los instintos, y es precisamente dicha innovación la que se erige en valor ético central de la era de la información (Levy, 1984, Himanen, 2001, Castells, 2001). El hacker respeta la autoridad de los compañeros más innovadores y aspiran a su propio reconocimiento, el placer por crear y competir en dicha creación, manteniendo así su poder y la ética de éstos sobre Internet que es el sistema nervioso de nuestras sociedades. Los hackers desprecian a los crackers por perturbadores “de la red” y porque desprestigian sus altos objetivos frente a la opinión pública, muchos son bromistas de muy corta edad, *script kiddies*, (distintos de “los trolls” que tan sólo buscan peleas por diversión y que no se relacionan entre sí) y que vulnerando la seguridad informática de las organizaciones o esparciendo virus, desafían el mundo adulto.

Los hackers políticos luchan contra el control de gobiernos y corporaciones sobre la red, mientras los crackers políticos entran dentro de la acción directa, para protestar o retar a los poderes corporativos o políticos con los que no estén conformes, pero también estos últimos, se “arman” para la seguridad y la guerra informática. De modo que las y los jóvenes con altos conocimientos informáticos, suponen un valor económico y político para las organizaciones, que hasta la fecha nunca habían conseguido las personas hasta edades avanzadas.

Podría decirse, en relación con estos grupos juveniles digitales, que el y la flogger, así como las y los bloggers o blogueros (personas que escriben en blogs) son comunes, el hacker, minoritario. Los primeros conforman grupos públicos de pertenencia, cuyo poder se basa en el número de 'amistades' y contactos que visitan o escriben en sus páginas; los hackers son grupos de referencia, en la medida que son pocos y sus valores se centran en los conocimientos informáticos que les confieren poder sobre los demás. Un poder juvenil por insurrecto y en la mayor parte de los casos, por la edad de sus protagonistas. La relación del hackerismo con otros movimientos juveniles de insurgencia, se caracteriza por invocar equidad, cuestionar las relaciones de producción, propiedad y de mando del mundo material, así como, por suponer un intento de proyección de los segundos al ciberespacio, como la forma de superar las relaciones sociales de dominación, por considerar "que imperan en las calles y se imponen en las redes" (Alcalde, en Adell, 2004)

Sin embargo, cuando son preguntados sobre las oportunidades que dispensa Internet, el 66% de las y los jóvenes desean sentirse parte de algo, relacionarse sin límites y dar su opinión, pero no tanto en el sentido de ahondar en una democracia más participativa, como con el hecho de que favorece la difusión de sus opiniones, la comunicación bidireccional con las administraciones, los partidos y los agentes sociales, y qué esta se manifiesta como un nuevo canal privilegiado. Porque precisamente lo que la Red confiere a las y los jóvenes es poder, pudiendo hablar de su valor como *totem*; la soberanía de poder autoregularse y modular su tiempo, y no sólo dentro de la lógica del juego (Rubio, 2004), porque en Internet las redes, el trabajo, la publicidad, las compras, las relaciones, fraudes y delitos (que confieren mayor responsabilidad a las y los usuarios), cursan bajo un *interface* no presencial, pero en términos reales.

En lo que se refiere a los contenidos injuriosos, inexactos, denigrantes, intrincados, el principal problema al que podría enfrentarse la juventud es aceptar como normalidad o realidad, lo que tan sólo son efectos de un medio todavía nuevo y no regulado. Pues bien, en este sentido la encuesta pone de manifiesto que las y los jóvenes tienen actitudes de rechazo frente a los contenidos molestos: una gran salvaguarda sobre aquellos relacionados con los delitos sexuales (39,5%), menor para las imágenes denigrantes (24%), la violencia (22,5%), el *bullying* y los comentarios humillantes (20%) y algo menos frente a los que pueden generar información falsa o tendenciosa (por ejemplo 19,2 el peligro de las sectas), en lo concerniente a la intromisión en la vida privada (12,3% problemas de pareja) o la práctica de cibersexo (13,5%), la protección es aún menor.

Por otra parte, si son las adicciones un riesgo percibido por las y los jóvenes y adolescentes en primer término respecto a los problemas que puede propiciar la Red, con un 46,9 % de las y los entrevistados que así lo consideran, también es cierto que si se excluye la propia adicción a Internet, las páginas de las que pudieran derivarse en mayor medida éste tipo de adicciones 'no tóxicas' son las menos visitadas por la juventud: "juegos 'on line'" (10,9%), "Cybersexo" (7,9%), "Chats" (6,9%), "Apuestas 'on line'" (2,2%).

Otra característica del consumo de medios entre la juventud, y que comparte con otros como la televisión, las revistas, la radio e Internet, es que su principal función es la recreativa, aunque seguida muy de cerca de la informativa; siendo las de menor impacto, aquellas que pueden despertar suspicacias o comportar peligros para su seguridad, como quedar con personas

desconocidas o comprar, realizadas de forma habitual tan solo por un 1% y un 3,6% respectivamente.

En lo que concierne a la educación, Internet ha integrado los distintos espacios docentes (aula, bibliotecas, lugares de trabajo y estudio y la propia Red) propiciando un apoyo a la metodología educativa, al tiempo que contribuye a la integración y al aprendizaje cooperativo entre estudiantes. Respecto al empleo las y los jóvenes han ido más allá, poniendo en práctica el concepto de Capital Social, a partir de las Redes sociales para la promoción personal y en el empleo que permite que la inversión en formación derive en rendimiento privado y comunitario. De ahí la oportunidad que tan nítidamente han visto la juventud en la Red, y el camino pendiente para que, las administraciones sepan aprovecharla para el incremento de las posibilidades para que la asignación de la oferta de puestos de trabajo se realice en las mejores condiciones, afectando a la cualificación de los recursos humanos, el desarrollo socioeconómico y la disminución del desempleo juvenil.

Puede afirmarse por tanto que, adolescentes y jóvenes a través de Internet, sus aplicaciones y 'sitios' de encuentro afines, consiguen una apropiación simbólica de una realidad con la que identificarse y sentirse parte del grupo generacional, y del mundo. Que la comunicación global sea la primera oportunidad que consideran les facilita Internet, evidencia tres aspectos muy importantes para entender la juventud de nuestros días. En primer lugar y en orden al tema tratado, que ésta ha sintonizado a la perfección con el espíritu de Internet como medio de comunicación'; en segundo lugar, que su afán de interacción comunicativa con el resto de la humanidad les dota de una motivación cada día más necesaria para el empleo y la integración en una economía y unos mercados mundializados; y en tercer lugar, y el más importante, que la curiosidad y el conocimiento sin límites es uno de los motores de su acceso a la red, que de no ser 'enmarañada' con intereses espurios o quizás, por ser susceptible de todo uso, dispensa las premisas necesarias para que la información se convierta en conocimiento y éste a su vez, en desarrollo social y personal.

Conclusiones

Las personas jóvenes han integrado Internet en sus vidas mucho más allá de las funciones recreativas con las que tal medio suele asociarse, y a las que se añaden otras como son la información, integración/socialización, el acceso a la industria cultural, a la formación y promoción del empleo juvenil. Ésta última la tercera función (con un porcentaje del 46,4% de las y los encuestados) que consideran más importante las y los propios jóvenes entrevistados en su uso de la Red, después de la de comunicación global y la información ilimitada.

Jóvenes y adolescentes mantienen unas pautas concretas de uso de Internet, que describen nuevos patrones de ocio (relación, asociación, socialización) y de acercamiento a la formación y el empleo, que han sido descritos. Dichas pautas no son arbitrarias sino reflexivas y dan lugar a nuevas costumbres generalizadas en la juventud, que se debate entre la simplificación, automatización lúdica y estandarización de tareas que las TIC propician, y una creciente valoración del tiempo libre 'a la carta' y no dirigido, la educación integral (intercultural, multimedia, interdisciplinar e interactiva) y el trabajo en red, más interactivo, personalizado, independiente y creativo como forma de realización en un mundo interdependiente.

Su influencia en la población en general es indudable, y se ve reforzada por otro fenómeno peculiar de nuestra época, que es lo que se ha dado en llamar la 'juvenilización' de la sociedad. Es decir que, como han señalado distintos autores, los estilos de vida, los grupos de referencia y las expectativas imperantes, coinciden con los valores propios de la juventud. Un hecho en franco desarrollo, si se atiende a la dilatación de ésta etapa de la vida comprendida entre la infancia y la madurez, por razones culturales y biológicas: maduración precoz, retraso de la procreación, en el ingreso en el mercado de trabajo, etc.

Por último, la gestación y desarrollo de movimientos sociales y culturales juveniles a través de Internet, no hace otra cosa que confirmar ésta como un hecho social total, que no puede ser tratado como un medio de comunicación únicamente, sino que consiste y se manifiesta como una relación social plena, internacional, supraindividual y suprafuncional, con reciprocidad entre los sexos, generaciones y culturas, en la que se mezcla todo lo que constituye la vida social, a través del que se expresan las instituciones adoptando formas de interacción, prestación y distribución, a lo que se añaden a su vez, fenómenos estéticos. Pues bien, en dicho fenómeno social total la juventud está tomando la iniciativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **Adell, R.** (2004). *Dónde están las llaves, El moviendo Okupa, prácticas y contextos sociales*, Madrid, La Catarata.
- **Bauman, Zygmunt** (2005), *Amor líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, Madrid, FCE.
- **Bell, D.** (1976). *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza, Madrid, 1988.
- **Bernete, F. (coordinador)** (2007). *Comunicación y lenguaje juvenil a través de las TIC*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales, INJUVE.
- **Blumer, H.** (1982). "La opinión pública y su sondeo". en H. Blumer. *El interaccionismo simbólico*. Barcelona. Ed Hora.
- **Braverman, H.** (1975): *Trabajo y capital monopolista*. México, Nuestro tiempo.
- **Bringué, X. y Sádaba, Ch. (Coord.)** (2008). *La Generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona, Ariel.
- **Butera, F.** (1988). "Automatización industrial y futuro del trabajo obrero", en JJ.
- **Callejo Gallego, J.** (2001). *Investigar audiencias*, Barcelona, Paidós.
- **Castells, M.** (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 La sociedad Red*. Alianza. Madrid.
- (1996). *The Rise of the Network Society*, Cambridge MA/Oxford, UK, Blackwell Publishers.
- (2001a). "Internet y la sociedad en red". En Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Barcelona. UOC.
- (2001b). "Hackers, crackers, seguridad y libertad", lección inaugural de la UOC.
- **Coleman, James** (2000). "Social Capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, 94. 95-120.
- **Dávila, S.** (2006). "Generación Net. Visiones para su educación", *Orbis Ciencias Humanas*, Año 1, N°3, Abril 2006.
- **De Fleur, ML. y Ball-Rokeach, S.J.** (1983). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.
- **Diez Gutiérrez, E.J.** (2005). *La diferencia sexual, Análisis de los Videojuegos*, Madrid, CIDE, Instituto de la Mujer.

- **Garmendia, M. y Garitaonandia, C.** (2007). "EUKids Online. un proyecto para la seguridad de niños y jóvenes en Internet", Barcelona, Ponencia congreso FES.
- **Giddens, A.** (1993). *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, alianza.
- **Gordo López, A.J., Megias, I.** (2005): *Jóvenes y cultura Messenger*, Madrid, Injuve.
- **Haffner, K.; Markoff, J.** (1995): *Cyberpunks: outlaws and hackers in the computer frontier*. New York: Touchstone Books.
- **Himanen, P.** (2001). *The hacker ethic and the spirit of the Information Age*. Prólogo de Linus Torvalds. New York. Random House (en castellano, Destino, 2002).
- **Hirigoyen, M.F.** (2008). *Las nuevas soledades*, Barcelona, Paidós.
- **Kapferer, J. N.**(1985), *L'enfant et la publicité. Les chemins de la seduction*, París. Bordas.
- **Klapper, J. T.** (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas*, Madrid, Aguila.
- **Lahey, B. B.** (1999). *Introducción a la Psicología* (6ta ed.), Chicago, Mc. Graw Hill.
- **Lasswell, Harold D.** (1985). "Estructura y Función de la comunicación en la Sociedad". En *Sociología de la Comunicación de masas*, II. Estructura, funciones y efectos, de Miquel de Moragas (Editor), Gustavo Gili, Barcelona.
- **Lévy, P.** (1999). *Cibercultura*, San Pablo, Ed. 34.
- **Lévy, S.** (1984). *Hackers. Heroes of the computer revolution*. New York. Penguin.
- **Liebes, T.** (1992). "Television, parents, and the political socialization of children". *Teachers College Record*, 94 (1), 73-86.
- **Lorente, S.; Bernete F.; Becerril, D.** (2004); *Jóvenes, Relaciones Familiares y Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales, INJUVE.
- **Lorenzo, Javier** (2005). *La lectura en la Generación de la Red. Jóvenes, lectura e Internet. Revista de estudios de la Juventud*, Nº70, pp.65, Injuve.
- **Mannheim, Karl** (1928). *El problema de las generaciones*, CIS.
- **Martin Serrano, M. y Velarde Olivia** (1996) *Informe juventud en España*, 96, Madrid, INJUVE.
- **Meyrowitz, J.** (1984). *No sense of place*. New York, Oxford University Press
- **Mauss, M.** (1923). "El ensayo sobre el don", Traducido en *Antropología y Sociología*, Madrid, Editorial Tecnos. 1979.
- **Prensky, M.** (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants", *On The Horizon*, NCB University Press, Vol. 9. Nº 5, October.
- (2009). "Sabiduría Digital", www.slideshare.net/mcanav/sabidura-digital-digital-wisdom-por-marc-prensky.
- **Ritzer, G.**(1996). *La McDonalización de la sociedad, un análisis de la racionalización de la vida cotidiana*, Madrid, Ariel.
- **Roig Domínguez, Gustavo** (2007). "Hacktivismo: hackers y Redes Sociales". *Estudios De Juventud*, 2007 MAR; (76), P. 201-224
- **Rubio Gil, A.** (2004). *El azar como destino*, de la sociedad del juego al miedo, Barcelona, Comte D'Aure.
- **Rubio Gil, Á.** (2005). *Responsabilidad ética en la información contraceptiva en los Medios*, Barcelona, Fundación de Estudios Bioéticos Víctor Griffols.
- (2006). *Remedios para el mal de amores*, Barcelona, Amat editorial.
- **Rubio Gil, A. y grupo3** (2007). *Las revistas juveniles*, Madrid, CIDE, IM.
- **Rubio Gil, A.** (2009). *Adolescentes y Jóvenes en Red*, Madrid INJUVE.
- **Sartori, G.** (1998). *Homo Videns. la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.

- **Schumpeter, J.** (1935). Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. Ed. Fondo de cultura económica, México.
- **Sefton-Freen, J.** (1998). *Digital diversions. Youth culture in the age of multimedia.*
- **Sefton-Green, J. and Buckingham, D.** (1996). "Digital visions's "creative" uses of multimedia technologies", *Convergence*, 2(2), Otoño 1996.
- **Sennett, R.** (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*, Barcelona, Anagrama.
- **Simmel, G.** (1900): *La filosofía del dinero*, Madrid, Instituto de Estudios (1976). Políticos.
- **Soeters & Van Schaik**, 2006, Yahoo LiderDigita.com, 2006.
- **Tapscott, D.** (1998). *Creciendo en un entorno Digital*, Madrid, Mc Graw-Hill.
- **Touraine, A.** (2009). *La mirada social, un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*, Barcelona, Paidós
- **Tully, C.J.** (2007). "La socialización en el presente digital. Informalización y contextualización". *Revista CTS*, nº 8, vol 3, Abril 2007 (pág. 9-22)
- **Urry, J.** (2003). "Social Networks, travel and talk", *British Journal of Sociology* 54, pp. 155-175.
- **Weber, M.** (1915). Ensayos sobre sociología de la religión, Madrid, Taurus (1983).
- **Wolf, M.** (2008). *Cómo aprendemos a leer*, Barcelona, Ediciones B.
- **Wright, Charles R.** (1978). *Comunicación de masas*, Buenos Aires, Paidós.