

Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad



→ estudios

**Adolescentes y jóvenes en la red:
Factores de oportunidad**

Directora:

Profa. Dra. Ángeles Rubio Gil
(Universidad Rey Juan Carlos)

Equipo:

Prof. Dr. Juan Jesús Menor Sendra
(Universidad Rey Juan Carlos)
Profas. M^a José Mesa Olea (Grupo3 Estudios)
Belén Mesa Olea (Grupo3 Estudios)

Diseño gráfico

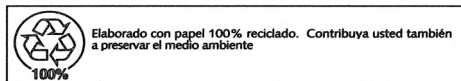
Pep Carrió/Sonia Sánchez
Antonio Fernández

Edición

© Instituto de la Juventud

Redacción

Observatorio de la Juventud en España
Servicio de Documentación y Estudios
C/ Marqués de Riscal, 16
28010 Madrid
Tel.: 91 363 78 09
E-mail: estudios-injuve@migualdad.es
web injuve: www.injuve.migualdad.es



ISBN: 978-84-96028-75-3

NIPO: 802-09-007-4

D.L.: M-16079-2009

Impresión:

Artes Gráficas GRUPO, S.A.

Las opiniones publicadas en este estudio
corresponden a sus autores.
El Instituto de la Juventud no comparte
necesariamente el contenido de las mismas.

1. Introducción. Jóvenes en la red	5
1.1. Presentación	5
1.2. Antecedentes y oportunidad	6
2. Metodología. Investigar internet	9
2.1. Justificación metodológica	9
2.2. Ficha técnica de la encuesta	10
2.3. Objetivos particulares, generales e hipótesis	12
3. Marco teórico: Jóvenes y medios de comunicación	13
3.1. Adolescencia y juventud: Perfil sociológico y delimitación conceptual	13
3.2. Acción social reflexiva juvenil	18
3.3. Juventud y nuevas tecnologías de la información	21
3.4. La Red como agente de socialización	26
4. Patrones de consumo de internet entre la juventud	35
4.1. El consumo de medios en adolescentes y jóvenes	35
4.2. Dónde y cómo accede la juventud española a la Red.	41
4.3. Patrones de uso: servicios más utilizados	45
4.4. Oportunidades para la formación, el ocio y el empleo.	59
5. Internet como fenómeno social	65
5.1. Jóvenes en la red desde la antropología y la psicología social: Rito de paso, tótem y tabú. Subculturas juveniles	65
5.2. Causas del impacto de Internet como ‘medio amigo’ en la juventud y la adolescencia	71
5.3. Peligros percibidos y conductas de riesgo.	73
5.4. La red como fenómeno social total: del mito de la caverna a la esperanza.	79
6. Conclusiones	83
7. Bibliografía	87
8. Anexos	91

1.1. Introducción

Si un fenómeno caracteriza la juventud del siglo XXI ese es la adopción que ha realizado de Internet como medio amigo, favoreciendo el avance telemático en el ámbito doméstico y en los espacios de ocio.

Más abierta al conjunto de oportunidades que éste Medio representa, que al temor a los riesgos que en ocasiones suelen asociarse con la Red, las y los jóvenes se identifican con ella, se sienten, y de hecho son, generadores del cambio de hábitos y costumbres en su uso.

Una identificación y formas de empleo del medio que será objeto del presente estudio, en tanto representan un nuevo estilo de entender e incorporarse a la sociedad y una fuente de oportunidades que describen nuevas pautas de relación, ocio, consumo, formación y empleo; y lo que es aún más importante de acceso al conocimiento.

Puede decirse que se ha tratado de una adopción consciente de la Red como símbolo y forma de estar y enfrentarse al mundo, que a su vez influye de forma significativa al conjunto de la población, si atendemos a que una de las características definitorias de los valores de la sociedad en las últimas décadas del siglo XX y decididamente en la primera del nuevo milenio, ha sido su 'juvenilización'. Es decir, que, sin duda, 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.

Este es un hecho doblemente significativo, dado que se ha producido una dilatación de ésta etapa 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. Todo ello está llevando a que, la adolescencia y la juventud estén sufriendo cambios muy profundos en la forma de autoceptualizarse, enfrentarse a su tiempo, que pueden ser sintetizados en lo que se ha dado en llamar "Generación @".

Con el símbolo de arroba ha querido expresarse la novedad y el cambio social que suponen las oportunidades y amenazas con las que las y los jóvenes tienen que manejarse, pero sobre todo un hecho diferencial que ha convertido la juventud de nuestro tiempo

en una etapa de la vida peculiar, por su adopción de la red como medio de expresión y por su hegemonía en el uso de las nuevas tecnologías de la información.

Hablar de los adolescentes y jóvenes en la Red, es hacerlo al mismo tiempo de los nuevos aspectos definitorios de éste grupo social: con gustos y preferencias globalizadas (en la música, la moda, las subculturas juveniles), acceso a las nuevas tecnologías y un dominio de las mismas muy superior al de sus mayores, equiparación entre los sexos, mayor movilidad geográfica, dominio del inglés como lengua común, comunicación y servicios en “tiempo real”, hegemonía de la imagen y lo audiovisual y las nuevas formas de expresión asociadas, o las nuevas formas de relación.

Es por este orden de cosas que, adentrarse en el estudio del acceso y oportunidades que los jóvenes encuentran en la Red, es hacerlo de las posibilidades de transformación social, o por el contrario, involución, que conlleva dicho fenómeno de masas: para la educación, la participación política, la comunicación intercultural, el empleo o el desarrollo. Es decir, que podemos afirmar que las y los jóvenes, como generadores de los patrones de uso de la red describen una serie de expectativas para las comunidades (apertura a mercados, desarrollo del capital social, inserción laboral), siempre, claro está, que dichos usos no apunten a nuevas formas de exclusión social.

Por todo ello, el objeto de este estudio será analizar el impacto de Internet en la adolescencia y juventud (de 15 a 25), conocer la naturaleza de su uso: qué buscan, qué es lo que encuentran y cómo lo conceptualizan y que tipo de nuevas oportunidades ofrece para la información, la formación y el ocio. Es decir, la propuesta consiste en determinar **1º. El perfil sociográfico de las y los usuarios y sus pautas de consumo, 2º. Sus dificultades de acceso. 3º. Cómo influye en su educación y ocio, costumbres y formas de relacionarse. 4º. Características de los contenidos más frecuentados. 5º Cómo afectan en posibles conductas de riesgo. 6º. Nuevas propuestas para su uso.**

1.2. Antecedentes y oportunidad

La idea sobre la necesidad de este estudio surgió a tenor de investigaciones anteriores del equipo, en concreto la relacionada con “las y los adolescentes y el consumo de revistas juveniles” en la cual, tanto por el testimonio y preocupación de educadores y progenitores, como en los resultados de la encuesta, pudo comprobarse el nuevo y rotundo impacto de Internet como agente socializador. Sin embargo, este hecho puede ser considerado malo en sí, sin antes comprobar cuales son los usos reales (no los noticiosos) que la población joven está dado al medio y como es conceptualizado por ésta.

Según los datos de la segunda encuesta de 2007 del INJUVE sobre uso de las TIC, en los últimos cuatro años el porcentaje de jóvenes que utilizan Internet había pasado de un 51% en 2003 al 70% en 2007. Este incremento había sido especialmente significativo en el grupo de los más jóvenes (15-19 años), con un porcentaje del 76%. Unas cifras éstas, muy similares a las de estudios realizados desde otras instancias, como el específico de la Asociación para la Investigación de los Medios (AIMC,) *Audiencia infantil y juvenil de Medios en España*, que ponen de manifiesto que es esta franja de edad la que cuenta con un mayor número de usuarios intensivos de Internet, el 72,2% según el observatorio de la Telecomunicaciones (MITC).

La descripción del acceso a Internet sin embargo, se caracteriza por su dificultad en comparación con otros medios. Su medición y definición de patrones concretos de consumo es muy compleja debido a la opacidad (dificultad para conocer lo que previamente no se busca), alta volatilidad (por la rápida innovación de usos y conteni-

dos), y por lo que se ha dado en llamar su “desbordamiento cognitivo” derivado de su carácter incommensurable.

Por otra parte, para las administraciones la promoción del acceso a Internet ha supuesto una forma de favorecer los objetivos que promueve la Unión Europea y otros organismos supranacionales: promover la democracia conectando los pueblos y las gentes de toda condición, favorecer la libertad de intercambio de servicios (mercados de productos de toda índole y del comercio electrónico), y por último, impulsar una sociedad de la información que facilite el crecimiento económico y el empleo (estrategia comunitaria 2010) protegiendo los derechos fundamentales y en especial, el de los menores y personas en formación. En sentido contrario, la propia naturaleza libre e ilimitada de la Red, ha llevado al alarmismo, que hace que las dificultades que entraña su control legal, la novedad de los usos fraudulentos y sus riesgos, sean un material altamente ‘noticioso’, que genera una nueva opacidad, sobre las verdaderas oportunidades que la Red brinda, sobre todo a la juventud.

Su estudio sistemático por tanto, puede contribuir a “dar sentido a todo esto y a señalarmos lo que verdaderamente es importante y cierto, y lo que no” (Weaver, 1998:224). Es decir, la presente investigación se ha propuesto conocer **los verdaderos usos y sentidos que las y los jóvenes confieren a la red y no los que pueden inferirse desde apreciaciones externas o afectivas (p.e. el miedo de progenitores y educadores), y sus pautas para acceder, adentrarse y salvar el oscurantismo del Medio**. Porque sabemos, cómo ha señalado François Hersent (2005), que puede llegarse a hablar en relación con los nuevos Medios, de “un cierto número de **comportamientos específicos de jóvenes y adolescentes, más allá de sus diferencias según la extracción social y el sexo, en su relación con la cultura**”. Conocer las pautas de uso juvenil que pueden ayudar a conseguir que Internet sea un ejercicio de desarrollo personal y libertad, y no todo lo contrario.

En definitiva, este proyecto se ha considerado de interés desde dos vertientes: el de las administraciones públicas y privadas, y las instituciones como la escuela y la familia que velan por el conocimiento, la seguridad y la promoción de la juventud; así como, del interés que desde el punto de vista académico posee el análisis del impacto social de las nuevas tecnologías, pautas de consumo, en las fases de la vida más determinantes para la formación de la personalidad, la reproducción social y la vida de los individuos.

Por último, **su originalidad** podría residir en esa perspectiva que tome a las y los jóvenes como sujetos, actores de acción reflexiva, y no sólo como objeto de la investigación.

Originalidad, asimismo, en el dispositivo empleado para la obtención de información cuantitativa sobre los patrones de consumo y, la cualitativa, referida a los contenidos y la influencia en usos, actitudes y conceptualización de dicha experiencia por parte de los mismos actores, a pesar de la privacidad y otros obstáculos que caracterizan el uso de Internet. Para ello se intentará por medio de métodos como el estudio de casos, con observación participante, entrevistas en profundidad o los grupos de discusión, salvar las dificultades metodológicas que se plantean, a unas edades en las que la encuesta tradicional, sin un trabajo de campo de tipo cualitativo previo en asuntos relacionados con las prácticas en la intimidad puede ofrecer problemas de validez.

El impacto de Internet en todos los ámbitos sociales y áreas de conocimiento consigue que, sea muy complicada una relación exhaustiva de toda la bibliografía y la investigación anterior. Es decir, se trata de un objeto de estudio que está siendo acometido desde diversas disciplinas y desde múltiples instancias, pero en lo que respecta al aspecto concreto del impacto de Internet en la juventud en nuestro ámbito territorial y cultural, desde el punto de vista empírico caben destacar los trabajos del INJUVE como las del grupo de profesores formado por Francisco Bernete, Diego Becerril y Santiago Lorente

(2004) o Angel J. Gordo López (2006); por otra parte, desde la sociología española, las del grupo de la Universidad del País Vasco formado por Maialen Garmendia y Carmelo Garitaonandia, y sobre medición de audiencias en Internet los del Profesor Javier Callejo de la UNED, el profesor Fernando Bermejo de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, o la Profesora García Galera también de la URJC, sobre factores de la receptividad ciudadana a este medio. Otras investigaciones sobre aspectos específicos irán siendo referidas a medida que sean tratados.

2.1. Justificación metodológica

Como ya ha quedado dicho al tratar la originalidad de la investigación, para superar las dificultades metodológicas para el estudio de audiencias en Internet, se ha estimado necesario **la combinación de técnicas tradicionales**, como la encuesta, las entrevistas en profundidad y la observación participante, **con las que brindan 'in situ' las funciones informáticas concretas** (páginas de acceso, tiempos, 'históricos', etc.) pero sobre todo la observación participante junto a las aulas de ordenadores personales a través del método de **Estudios de Casos**. Con ello se pretende salvar los obstáculos de la encuesta, que no suele ser coincidental (con el momento en el que se accede a ellas), que no siempre permiten recordar las páginas de acceso de las personas encuestadas y en las que no se dice la verdad en todo momento. Máxime en los temas que atañen a sus íntimos o fraudulentos, como por ejemplo la descarga de productos culturales, muy común por otra parte.

Asimismo, se salvarán los problemas metodológicos propios de las nuevas técnicas de estudios de audiencias en Internet, como son los *Log Files*, que no dan cuenta de las edades de las personas, ni las condiciones de acceso (con o sin permiso de adultos, con o sin compañía de iguales, etc.), o los *paneles de medición electrónica*, que se tratan de procesos muy costosos y que no permiten discernir los accesos en grupo de los individuales, los que se realizan en lugares públicos o de libre acceso de los privados, etc.

De este modo, se ha procedido en primer lugar al Estudio de Casos, seleccionando puntos de encuentro para el acceso de la juventud a Internet: colegios, centros culturales, cibercafés, locutorios y hogares; doce en total, que representan los distintos segmentos poblacionales establecidos. Concretamente han sido poblaciones de menos de 9 mil habitantes, de entre 9 y 20 mil, de entre 20 y 100 mil y de más de 100 mil. El equipo investigador, en acceso libre y en otras ocasiones, de acuerdo con los responsables de los centros, hogares, etc., ha analizado no sólo las páginas Webs visitadas, sino además ha sido testigo del acceso a Internet de las chicas y chicos como experiencia social, de encuentro, las relaciones que se establecen entorno al medio y el discurso que dicha experiencia y pau-

tas de consumo genera. También se han realizado 12 entrevistas en profundidad diferenciando entre grupos de edad, sexo y extracción social, nivel educativo y hábitat.

En una **segunda fase**, y a tenor de los datos sobre los patrones de consumo obtenidos en la fase de Estudio de Casos y durante la observación participante complementaria, y tras la realización de un pretest (50 casos), se ha diseñado el cuestionario definitivo a aplicar, con el que se ha comprobado la incidencia de las observaciones realizadas en la fase anterior y las dificultades de acceso, sobre una muestra de chicos y chicas españoles estadísticamente representativa (1.111 individuos, lo que supone un Error Muestral de 35%, para $p=q=50$ y con un nivel de confianza $95,5\% = 3\,2\%$). Es decir, para contabilizar la incidencia de Internet y sus contenidos, pero sobre todo, confirmar la interpretación y aplicación que esta población hace del medio.

Cuadro 1. Lugar de encuestación –Municipio–

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Granada	469	42,2	42,2	42,2
Cinturón Granada	87	7,8	7,8	50,0
Válidos Madrid	340	30,6	30,6	80,6
Cinturón Madrid	215	19,4	19,4	100,0
Total	1111	100,0	100,0	

Para la determinación de la muestra a la que se le ha aplicado la encuesta se ha utilizado un sistema de selección polietápica, estratificada en función del hábitat y nivel poblacional, estableciendo cuotas de edad y sexo, de esta manera determinar las unidades últimas muestrales, que han sido con edades comprendidas entre los 15 y los 25 años, de dos comunidades españolas elegidas estratégicamente: La Comunidad de Madrid y la Comunidad de Andalucía (ciudad, cinturón y provincia de Granada).

Cuadro 2. Lugar de encuestación 2. –Centro/Punto de encuestación–

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Centro de Estudios	285	25,7	25,7	25,7
Calle	588	52,9	52,9	78,6
Biblioteca	55	5,0	5,0	83,5
Válidos Centro de Ocio	50	4,5	4,5	88,0
Centro Comercial	63	5,7	5,7	93,7
Estación de Autobuses	70	6,3	6,3	100,0
Total	1111	100,0	100,0	

A partir de las fases anteriores se ha procedido a relacionar los patrones de consumo, el perfil sociográfico, con la **clasificación y Análisis de contenidos** de las Webs más visitadas en una **tercera fase**.

2.2. Ficha técnica del la Encuesta

En el estudio realizado se han tenido en cuenta las siguientes puntualizaciones metodológicas:

Ámbito:

El ámbito geográfico en el que se ha desarrollado el estudio se concentra en las Comunidades Autónomas de Andalucía y Madrid, consideradas estratégicas, por el papel que tienen dentro del territorio nacional.

Universo:

El universo al que se le ha aplicado el cuestionario está compuesto por personas comprendidas entre los 15 y 25 años de edad.

Tamaño de la muestra y de las submuestras:

La muestra general ha quedado definitivamente fijada en 1.111 encuestas, y al referirnos a un universo considerado metodológicamente infinito, se ha establecido un error muestral total, para trabajar de 33 por ciento, con un nivel de confianza del 95,5 por ciento, para $p=q=50$.

Además se han establecido varias submuestras, para indagar en los análisis y poder realizar diferentes tipos de comparaciones. En primer lugar, se han establecido 2 submuestras atendiendo al ámbito geográfico de encuestación: Andalucía (556 encuestas) y Comunidad Autónoma de Madrid (555 encuestas). De esta manera, cada una de las submuestras, tiene un error muestral máximo de 34,24 por ciento.

En segundo lugar se han establecido 2 submuestras, en función del sexo de la persona encuestada, fijadas previamente, tras la realización del estudio poblacional. De esta forma la submuestra chicas ha quedado fijada en 544 encuestas, lo que significa trabajar con un error muestral de 34,29 por ciento, y la de los chicos en 567, con un error muestral de 34,20 por ciento.

Finalmente se han establecido, también en función del análisis demográfico, dos submuestras en relación con los grupos de edad. Así se ha establecido un primer grupo, que incluye a todos aquellos que tienen entre 15 y 18 años. Esta submuestra tiene un tamaño de 349 encuestas y un error muestral de 35,35%. El otro grupo de edad considerado ha sido el de personas entre 19 y 25 años, grupo mayoritario, por lo que el tamaño de esta submuestra ha quedado fijado en 762 encuestas, lo que significa trabajar con un error muestral de 33,62%.

Procedimiento de muestreo:

Se ha utilizado un muestreo polietápico, estratificado en función del hábitat y la Comunidad Autónoma, con cuotas de edad y sexo.

Selección de unidades muestrales últimas:

La selección definitiva de los individuos a entrevistar se ha realizado utilizando un sistema aleatorio sistemático, en lugares de concentración del universo, como centros de estudio, bibliotecas, centros de ocio, centros comerciales, parques y otros lugares de reunión de jóvenes, con la intención de ampliar lo máximo posible el espectro de representatividad. Finalmente se ha utilizado la entrevista personal.

Trabajo de campo:

Las encuestas se realizaron durante el mes de junio, y tanto en horario de mañana, como de tarde, para cubrir todo el espectro de potenciales unidades muestrales; de esta

manera, se ha asegurado la representación de los diferentes tipos de posibles de elementos del universo.

Control de calidad:

El control de la calidad de los cuestionarios y del sistema de selección de las unidades muestrales últimas muestrales ha sido garantizado mediante:

- Supervisión personal durante el proceso de encuestación.
- Revisión de todos los cuestionarios cumplimentados.
- Plan informático de consistencia lógica.

Análisis de los datos:

Para el análisis de los datos se ha utilizado el paquete estadístico SPSS/pc+ 14.0 para Windows. Se ha procedido a la codificación, grabación y análisis de los datos por profesionales cualificados y especializados en el uso de dicho paquete estadístico

2.3. Objetivos particulares y generales e hipótesis

El objetivo general del presente estudio reside en delimitar las pautas de consumo que de este medio realiza la juventud.

Objetivos particulares:

3. Conocer los patrones de consumo de Internet entre los jóvenes de 15 a 25 años (qué, cuando, dónde, porqué y para qué) y las dificultades de acceso.
4. Determinar cuáles son los contenidos de mayor acceso.
5. Las repercusiones, interpretación, finalidad y funcionalidad de dichos usos y contenidos en el ocio, la información, formación y empleabilidad de la juventud española.
6. Determinar los usos nocivos de la Red: conductas de riesgo -accesos que atenten contra la integridad, el honor, la salud física o mental, etc.
7. Determinar las posibles estrategias para el desarrollo de buenas prácticas por parte de las y los usuarios, instituciones, educadores y redactores de contenidos.

Las hipótesis de partida que intentarán confirmarse o refutarse con la información obtenida durante el trabajo de campo serán:

- 1ª.** Jóvenes y adolescentes mantienen unas pautas concretas de uso de Internet que escriben nuevos patrones de ocio y de acercamiento a la formación y el trabajo.
- 2ª.** Dichas pautas no son arbitrarias sino reflexivas y dan lugar a nuevas costumbres que se encuentran generalizadas en la juventud.

3.1. Adolescencia y juventud: Perfil sociológico y delimitación conceptual

La palabra adolescencia procede del verbo latino *adolescere*, que significa “crecer” o “hacerse mayor”. Es decir, se trata de la fase que marca el tránsito desde la pubertad hasta la vida adulta, y que como tal, puede variar según los individuos, las culturas o los criterios de análisis.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera la *adolescencia* como el periodo de la vida comprendido entre los 10 y los 19 años¹, segmento de población que en España representa una séptima parte de la misma, con unos seis millones de habitantes.

El período de la adolescencia se caracteriza por un rápido desarrollo físico y cambio 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 padres en cuanto al apego e influencia”. Es decir, que “la adolescencia es un período de cambios espectaculares” (Lahey, 1999:381).

Así la citada Organización Mundial de la Salud prosigue definiendo esa fase de como “el periodo de la vida en el cual el individuo adquiere la capacidad reproductiva, transita los patrones psicológicos de la niñez a la adultez y consolida la independencia socio-económica”. Si bien, como es obvio, este último aspecto se refiere más a la capacidad psicológica y legal de trabajar que a la real, debido a la prolongación en nuestros días, de los estudios de buena parte de la juventud en algunas sociedades, y en determinadas etapas históricas, a la mayor incidencia del paro juvenil. La adolescencia en sentido amplio, a su vez, puede dividirse en tres periodos:

1ª. Primera adolescencia o preadolescencia (10-13):

- **Biología:** periodo peripuberal, en el que acontecen los grandes cambios corporales y como en el caso de las chicas la menarquia o aparición de la primera menstruación.

¹ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (1977): *Necesidad de salud de los adolescentes*. Serie Informes Técnicos. Ginebra: OMS.

- **Psicología:** aumento de las habilidades cognitivas, de las fantasías, metas vocacionales poco reales y menor control de los impulsos.
- **Sociabilidad:** desprendimiento y pérdida de interés por el mundo familiar, e inicio de amistades con las y los pares.
- **Sexualidad:** presidida por una gran preocupación por los cambios corporales, incertidumbre e inseguridad sobre su apariencia física.

2ª Adolescencia Media (14 a 16):

- **Biología:** se llega a completar el crecimiento físico y el desarrollo somático.
- **Psicología:** mayor inconformismo y rebeldía frente al mundo adulto y máxima identificación con los y las iguales.
- **Sociabilidad:** máxima relación con las amistades de ambos sexos y mayor separación del padre y la madre. Máxima preocupación por el aspecto físico y devoción por las modas.
- **Sexualidad:** es la edad promedio de inicio de las relaciones sexuales, en la que suele ignorarse el riesgo afectivo y sanitario de las mismas.

3ª Adolescencia Tardía (17 a 19 años):

- **Biología:** maduración, apenas se presentan cambios físicos.
- **Psicología:** aceptación de la propia imagen corporal, mayor madurez y cierto acercamiento a los valores de la familia, metas vocacionales realistas.
- **Sociabilidad:** mayor importancia de las relaciones íntimas frente a las relaciones de grupo.
- **Sexualidad:** Edad promedio en el inicio de las relaciones sexuales completas, los conocimientos sobre la misma son más acertados y ya se ha desarrollado un sistema de valores propio.

Una iniciación sexual que se realiza a edades más tempranas, como ocurre con la pubertad. Si a mediados del siglo XVIII las chicas europeas tenían su primera menstruación a los 17 años, a principios de los setenta se encontraba en los 12 años. Teniendo en cuenta que a este hecho se le une la mayor permisividad social y el incremento de la influencia socializadora de la sexualidad de unos medios de comunicación muy centrados en su función recreativa, nos encontramos que, las y los jóvenes tienen las primeras relaciones sexuales mucho antes que las generaciones anteriores. Así, mientras que, para las personas mayores de 45 años la edad media de iniciación eran los 22 años para los y las de 21 a 24 fueron los 17,5, para la generación más joven, de 16 a 20, la edad de iniciación está descendiendo hasta los 16,5 años.

La cifra que varía según las fuentes consultadas, sin duda debido al carácter íntimo del tema, en encuestas periódicas de distintas fuentes (INJUVE, Tampax, Durex) se sitúa en los 17 años en las chicas y de 18 en los chicos; y casi tres de cada 10 individuos (el 29%), según la encuesta Durex, reconocen haber tenido relaciones coitales a los 16 años o antes. Todos estos aspectos deben ser importantes en lo que concierne a las posibles funciones de Internet en la provisión de información sexual y en la socialización de las relaciones intersexuales, pero también para entender que, probablemente el impacto y conceptuali-

zación de la exposición a imágenes con este contenido entre los menores puede ser distinto que en las generaciones anteriores de la misma edad.

Estos son datos también de interés para interpretar la distancia entre lo que antes se consideraba adolescencia (de los 15 a los 19) y la juventud, y las del presente, al parecer con unas diferencias cada día más exiguas, tanto en lo que concierne a la forma de vida, los usos de ocio (salir solos con las amistades, consumo de alcohol, acceso independiente a publicaciones y medios) y modos de vida, como por ejemplo, el retraso hasta la madurez en el acceso al mercado de trabajo.

En lo que sí parece que existe acuerdo desde distintas perspectivas de las ciencias sociales, es en que la adolescencia es una etapa del ciclo vital de cambios profundos y de gran inestabilidad. Así, Eric Erikson (1981:23), clásico en el estudio de esta etapa vital, consideraba que el proceso psicosocial de independencia del padre y la madre debe producirse en estas edades, y que no se trata de un estado patológico, sino de una ‘crisis normativa’. Una fase del desarrollo humano normal”, que suele verse acompañada de un aumento de conflictividad. Y es precisamente en esta etapa, en la que el citado autor reconoce que “la estructura ideológica del medio ambiente resulta esencial para el yo, pues sin una simplificación ideológica del universo, el yo adolescente no puede organizar la experiencia de acuerdo con sus capacidades específicas y su implicación expansiva”.

Durante esta etapa el chico y la chica adolescentes luchan por la construcción de su realidad psíquica, por la reconstrucción 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 Internet, comienzan a anteponerse a los de socialización primaria (escuela y progenitores) en la propia lógica adolescente de individualización. Ahora bien, en éste momento también es cuando empieza a existir un pensamiento lógico formal, el cual permite pensar en ideas y no sólo en objetos reales. Este tipo de pensamiento se traduce en mayor capacidad de reflexionar, el control de sus impulsos y con ello la incorporación a la sociedad adulta.

La adolescencia por tanto, se trataría de una fase de preparación, manejo de experiencias, de sensibilización para encauzarse hacia valores y hábitos concretos. Es decir, el momento más receptivo a la influencia de los agentes de socialización informales, en especial los iguales y los medios de comunicación como es Internet, lo que atañe, tanto a la educación para la vida y a las administraciones que trabajan en programas de prevención de la exclusión social y la evitación de conductas de riesgo.

1ª Fase de la adultez (19 a 25 años) o juventud:

Es la fase en la que se forja la forma adulta de trabajar y vivir independientemente. Ahora bien, la definición de juventud resulta más complicada aún que la de adolescencia por su carácter polisémico, ya que en ocasiones se utiliza para hacer referencia a la primera fase de la madurez y otras, en oposición a ésta y sus características diferenciales, como la experiencia, el juicio, la prudencia o la sabiduría, lo que incluye etapas anteriores de la adolescencia.

Desde este punto de vista las y los jóvenes serían seres en ese proceso pasajero, inacabado e imperfecto, pero necesario para llegar a la edad adulta. Una delimitación bastante poco realista en la sociedad contemporánea, en la que prima la significación social por la que pertenecer al grupo social considerado “la juventud” y mantenerse joven durante el mayor tiempo posible, es un fin en si mismo. Los valores juveniles asimismo, se encuentran en alza en la vida de las organizaciones, se valora tanto su imagen como la fortaleza, la mayor capacidad para aprender, adaptarse a los cambios a las nuevas tecno-

logías, la movilidad y mayores facilidades para viajar o la agilidad mental. Tanto los grupos de referencia o los individuos en posiciones sociales más privilegiadas pasan a ser cada vez en mayor medida jóvenes: modelos, deportistas, empresarios pioneros de la nueva economía basada en la Red.

La juventud se transforma así, no sólo en un epíteto positivo, por ejemplo: “pensar joven” o poseer un estilo juvenil de vida, sino además, se eleva a la categoría de “valor moral”².

Por tanto, y como criterio más consensuado, puede decirse que la juventud es la etapa en la que un individuo va adquiriendo y asumiendo las responsabilidades sociales en la esfera productiva, doméstica y familia. El problema de demarcación con la adolescencia es que, mientras que ésta última “es un hecho fundamentalmente biológico (aunque con sus connotaciones sociales correspondientes), la transición a la vida adulta se compone exclusivamente de dimensiones sociales” (Miret y Pérez Díaz, 2007:419), que también varían según la época histórica, y que tiende a ser extensa más extensa e ineludible en la medida que las sociedades van haciéndose más complejas. De ahí que hacer una demarcación exacta de la juventud sea más complicado que hacerlo de la primera adolescencia, máxime cuando los condicionantes estructurales (como las dificultades de emancipación) no cuestionan la capacidad para hacerlo.

Puede decirse por tanto que, la juventud en sentido estricto desde los 18 a los 25 años aproximadamente (aunque puede prolongarse), se trata de un periodo de transición a la primera adultez, en la que se crea una forma madura de trabajar, relacionarse y vivir independientemente, y que dadas las estructuras educativas y laborales de nuestra sociedad, puede, y a veces debe consistir, en una mayor independencia de los progenitores, a pesar de seguirse residiendo en el domicilio familiar.

- **Biología:** La adultez se diferencia de la adolescencia porque la duración de sus distintas etapas no está controlada por la maduración biológica, son diferentes en función de la biografía y personalidad de cada individuo, y no toda persona adulta va a pasar por todas ellas. En vez de etapas, como las propuestas por Piaget para los niños, los teóricos de psicología del desarrollo como Erik Erikson y (1963) y Daniel Levinson prefieren hablar de periodos. En el marco teórico de las clasificaciones hechas por éstos autores, podríamos acordar que la juventud, no es el fin de los cambios evolutivos, sino el inicio a partir de los 17-18 años, aproximadamente, de la primera adultez, que llegaría hasta los 45 años (a partir de los cuales se inicia el declive físico).
- **Psicología:** las y los adultos jóvenes tienden a rendir mejor que los mayores en la solución de problemas abstractos, en la integración perceptiva, en el razonamiento divergente y en la mayoría de las tareas cognitivas que deben realizarse con rapidez, así como en algunos aspectos de la memoria a corto plazo (Lahey, 1999:389). Puede decirse en cuanto lo que se refiere a su adaptación al trabajo y en concreto al uso de medios como Internet, que “el rendimiento de los adultos mayores es menos rápido que el de las y los más jóvenes”.
- **Sociabilidad:** En lo que concierne al ámbito social y emocional, rasgos como “el deseo de poder, la agresividad, la necesidad de logro, parecen ser también más importantes en esta etapa y disminuir con la edad (Skolmick, 1996), si bien, una de

² Ver Brito Lemus, Roberto: “Elementos para conceptualizar la juventud”, en GDF, SDS, LA juventud en la Ciudad de México. Políticas, programas, retos y perspectivas, México: 2000, pp.7-15.

las características de esta primera madurez, es que las características fundamentales de la personalidad permanecerán ya estables durante toda la vida adulta (Schultz, Evans, 1988).

- **Sexualidad:** fase en el que predomina la intimidad frente al aislamiento, el interés por establecer relaciones amorosas compartidas, que sustituyan los vínculos familiares con los progenitores, que de llevarse a cabo de forma competente y con éxito conseguirá la intimidad necesaria para avanzar en la vida adulta, y que, de lo contrario, darán lugar a una menor capacidad para el desarrollo desde el punto de vista emocional.

Este último aspecto es de vital importancia para sopesar la influencia socializadora de las nuevas formas que propicia Internet para el establecimiento de relaciones sociales y amorosas, que han sido definidas como demasiado laxas (Bauman, *Amor Líquido*, o como dice el filósofo José Antonio Marinas “de mercurio”), exentas de compromiso y en ocasiones, fuente de un mayor aislamiento (Rubio, 2006, 2007).

Nuestro objeto de estudio por tanto, es decir las personas que tienen entre 15 y 25 años, comprende desde la adolescencia media, hasta la transición a la primera adultez, y que en España supone una población de 5.688.382, según cifras del INE, distribuidas del siguiente modo:

Cuadro 3. Población Española de 15 a 25 años.

	Ambos sexos	Varones	Mujeres
15 años	435.053	223.759	211.294
16 años	444.507	228.637	215.870
17 años	454.708	233.912	220.796
18 años	465.523	239.394	226.129
19 años	480.288	246.499	233.789
20 años	499.815	255.827	243.988
21 años	521.871	266.715	255.156
22 años	546.933	279.372	267.561
23 años	577.008	294.626	282.382
24 años	612.275	312.874	299.401
25 años	650.401	333.083	317.318
TOTAL	5.688.382	2.914.698	2.773.684

Fuente: INE. Julio de 2008.

Teniendo en cuenta que la población española se cifra en casi 44 millones de habitantes, las y los jóvenes que están dentro de nuestro grupo de estudio suponen aproximadamente, algo más de un 14% de la población española total (concretamente 14,22%). De éstos, prácticamente el 69% (68,6%) tienen entre 19 y 25 y el resto (31,4%), entre 15 y 18 años. Dichas cifras hacen alusión a la baja natalidad de los hogares españoles en las últimas décadas y al retraso de la maternidad, siendo en la actualidad la edad media para tener el primer hijo de algo más de 28 años, mientras que hace 40 años era de 22, lo que ha generado un envejecimiento de la población, que en estos momentos se encuentra repuntando del lado de la mejor edad de los emigrantes y de su modelo fami-

liar (característico por un patrón demográfico de “transición” con mayor natalidad e igual mortalidad).

En España existen, aproximadamente 16 millones de hogares, de los cuales sólo en 40 %, son con hijos. 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, incluso primos.

Por otra parte, que los progenitores esperen el momento profesional idóneo para engendrar y en el caso de ambos cónyuges, así como, encontrarnos en un momento de alto crecimiento y desarrollo económico (al menos hasta el año 2008 cuando se produce la crisis financiera norteamericana), 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.

Siguiendo al profesor Miguel Requena (1998:409) la literatura sociológica sobre la familia coincide en que la familia nuclear moderna, en contraposición con la tradicional extensa, se caracteriza por unas relaciones internas de tipo expresivo, no instrumental, con unos lazos afectivos más íntimos, una estructura más igualitaria, una marcada orientación hacia los hijos, preferencia por los derechos individuales sobre los colectivos e inclinación a la privacidad doméstica. Es lo que Stone³ denomina “individualismo afectivo”, con una atmósfera emocional que se distingue con claridad del clima de respeto, deferencia, autoridad y distancia que era típico de la familia tradicional.

3.2. Acción social reflexiva juvenil

Existe por tanto, una característica peculiar en la juventud de nuestros días y que atañe directamente al objeto de la presente investigación, y que trata de la prolongación de la adolescencia y de cómo ambas etapas, adolescencia y juventud se difuminan en una extensa; del lado de su inicio, por la precocidad biológica que se achaca a la mejor alimentación y por unas costumbres también más centrados en la juventud que en la infancia, en lo que sin duda tiene mucho que ver la exposición a los medios de comunicación de masas.

De otra parte, una prolongación del lado de la finalización de la adolescencia con el desarrollo de una vida adulta completa: por el retraso del acceso al trabajo y el alargamiento del periodo estudiantil, retraso también de la emancipación de los progenitores y la formación de una nueva familia por estas mismas razones, pero además, por las dificultades en el mercado inmobiliario y el retraso de la maternidad con la generalización del uso de anticonceptivos en la lógica de un modelo demográfico inmerso en los valores de la sociedad de consumo.

Es precisamente este hecho del alargamiento de la vida en el domicilio familiar de una juventud ‘más despierta’, la que ha encontrado en los medios de comunicación un ámbito de libertad, especialmente en Internet. Una ampliación de la adolescencia y juventud que tiene entre las y los profesionales de las ciencias sociales detractores, por considerar que, con la mayor duración de una edad ‘de tormenta’, los individuos como alternativa a la frustración sólo cuentan con la celebración cotidiana de la propia adolescencia, dando lugar a una falta de desarrollo del carácter y la responsabilidad, y por tanto, a conductas de riesgos. En lo que respecta a la preferencia por los medios audiovi-

³ Ver Lawrence Stone, *Familia, sexo y matrimonio en Inglaterra, 1500-1800*. FCE, México, 1990, p.345.

suales, se considera que, un tipo de ocio más pasivo y solitario, impide el desarrollo de habilidades sociales, con una influencia muy negativa por la exposición a la manipulación publicitaria y a la violencia.

En sentido contrario, existen profesionales que consideran que un mayor número de estímulos e información incrementa la capacidad reflexiva, el conocimiento del mundo, incluso la inteligencia, por dotar los medios audiovisuales de una mayor capacidad de explicación de los procesos y solución de las dificultades que presenta la existencia humana. Los medios de comunicación ofrecen una serie de oportunidades importantes de autoconocimiento, descubrimiento del mundo y formación. Ambas vertientes que serán desarrolladas más adelante, tienen unas repercusiones directas para el estudio de la acción social juvenil.

Es decir, a partir de la somera descripción de las etapas de desarrollo que se ha realizado y como se desprende de los estudios de sociología de la juventud desde una perspectiva biográfica, el análisis social en esta etapa de la vida no contempla diferencias, ni desde el punto de vista teórico, ni metodológico, a la hora de explicar su comportamiento social. Algo que si debe tenerse en cuenta cuando se trata de la infancia, por ejemplo, en lo que respecta al diseño de unos cuestionarios que garanticen la comprensión, por citar algún ejemplo.

Dicha perspectiva biográfica aprovecha las aportaciones del interaccionismo simbólico y el constructivismo, para establecerse en una tercera vía teórica más próxima a la elección racional, más sociológico y próxima a las ideas y emociones de los actores que permite superar los enfoques anteriores (Ver Casal Bateller et al, 2006), la conflictual (en la que la juventud parece estar al margen de la estructura social) y la generacionalista (con su visión homogeneizadora y marginalista de éste grupo de edad).

Es por ello que, discernir si Internet es una rémora para el desarrollo de la juventud, o una fuente de oportunidades, o si finalmente se opta por una alternativa ecléctica que recoja ambas posibilidades, pasa por preguntar a la propia juventud cuáles son sus consideraciones, usos y modificación de conductas que aprecian en relación con la red; y en tanto a estas edades, cuentan con una capacidad analítica y reflexiva, que consiga que podamos hablar y analizar la acción social juvenil, en los mismos términos que cualquier otra.

La sociología desde sus inicios puso el énfasis en la importancia de estudiar “los hechos sociales como cosas”, porque son “exteriores al individuo” y como tales el método sociológico debe diferenciarlos de los fenómenos orgánicos y psicológicos”, explicando lo social, por lo social. Estas premisas que mantiene Emile Durkheim, uno de los padres de la disciplina en su obra *Las reglas del método sociológico* (1895), fueron posteriormente puntualizados por clásicos como Max Weber, para el que la comprensión social no puede ser ajena a los propios individuos, sino que su interpretación es trascendental y no sólo para las y los sociólogos, sino desde el punto de vista de la subjetividad de los agentes (sus protagonistas) que son quienes las dotan de significado. Weber en su obra *Economía y sociedad* (1921) fue explícito al afirmar que, es precisamente esa relatividad significativa la que permite captar la lógica de fondo que subyace en toda acción social.

En este sentido, algunas teorías contemporáneas, si bien suelen ser tachadas de ‘corto alcance’ o explicación ‘microsocial’, han insistido en la importancia de la capacidad reflexiva de las personas para explicar la acción social, como en el caso de la *Teoría de la elección racional* que representa Jamen Coleman o el *constructivismo social*, corriente representada principalmente por Pierre Bourdieu y Anthony Giddens. Para este último autor, los actores sociales tienen la capacidad reflexiva que les permite comprender lo que hacen

mientras lo hacen, ya puedan expresarlo verbalmente (conciencia discursiva) o no (conciencia práctica), lo que no impide, y ese será uno de los objetivos de la sociología para estos autores, que se produzcan consecuencias no intencionales de la acción sobre el sistema social.

En esta misma línea pero más centrados en los actores que en el estudio de la acción social aislada de los mismos, el *interaccionismo simbólico* insiste en la capacidad que poseen las personas para verse a sí mismas como ven cualquier otro objeto social. Su teoría iniciada por George H. Mead (1869-1931) y continuada por Ervin Goffman (1922-1982) y Herbert Blumer (1900-1986) que acuñó el término de interaccionismo simbólico en 1937, considera que la esencia de la sociedad y las acciones sociales no hay que buscarla en las estructuras, sino en los actores sociales y las acciones que realizan conjuntamente. La “acción social conjunta”, es mediante la cual los individuos adaptan mutuamente sus acciones tomando como referencia a las otras personas. Una acción social flexible, que puede convertirse virtualmente en cualquier cosa que deseen sus protagonistas, con ciertas limitaciones derivadas de las grandes estructuras, que son meros contextos de acción e interacción.

Podría añadirse en relación con el presente objeto de estudio que, cuánto más sucederá así en un contexto netamente virtual y comunicativo, más independiente de las estructuras, por parte de los mismos promotores de dicha realidad, como ocurre con las y los jóvenes en la Red.

Este marco teórico es el que se tendrá en cuenta para la presente investigación, por el interés en el análisis de un fenómeno que genera cada día nuevas pautas de consumo y formas de adopción del mismo, que se vertebran en viejas y también nuevas realidades sociales, resultado de la suma de intenciones de los actores en su interacción y adecuación a los que hacen otras y otros, y para cuya comprensión se hace necesario tener en cuenta las razones e interpretación que realizan, en este caso jóvenes y adolescentes.

No conviene olvidar que, a todos los efectos, “la etapa juvenil permanece enmarcada en la estructura social en la que se desenvuelve el o la joven, es decir, no es en absoluto ajena a las clases sociales, al género o a otras dimensiones como la segmentación social” (Miret y Pérez Díaz, 2007:426), el reparto de roles, así como, la asunción de un posicionamiento dado.

Por último, y dentro de éste marco teórico del interaccionismo simbólico, existen tres elementos de importancia en el análisis de una realidad social, a saber:

1. La idea que tiene el individuo acerca de cómo aparece ante las y los demás.
2. La idea que tiene el individuo de cómo opinan los demás de él o ella.
3. El desarrollo de un sentimiento de su propio self.

Estos tres elementos aplicados al fenómeno de la juventud y adolescencia en la Red, son bajo los cuales se han formulado las hipótesis y que han sido contrastadas a través del trabajo de campo, y que esencialmente han confirmado que, las pautas de uso de Internet en estos segmentos de edad no son de carácter arbitrario sino reflexivas, apoyadas en criterios como la utilidad, la autopercepción, la percepción del grupo y la que se desea para sí.

Todo lo cual describen nuevos patrones de ocio, acercamiento a las relaciones, la formación y el trabajo que caracterizan la acción social juvenil en la actualidad y en buena medida su identidad generacional.

3.3. Juventud y nuevas tecnologías de la información

El término tecnología proviene de las palabras griegas *tecné*, arte u oficio, y *logos*, conocimiento, ciencia. Designa el proceso por el cual los seres humanos diseñan herramientas y maquinaria para el control del entorno, que incluye los instrumentos materiales que se incorporan, como los procesos que estos preparan al proceso productivo y a todas las demás actividades humanas.

Es decir, dicho término no debe dissociarse de los componentes organizativos y sociales en donde se circunscribe, en cuyo caso la percepción del proceso de innovación tecnológica sería errónea, como han entendido desde muy temprano autores clásicos como Marx o Schumpeter.

El término nuevas tecnologías no es del todo preciso, ya que no se limita, como se cree en ocasiones, a las tecnologías de la información (TIC), sino al conjunto de procesos en los que la microelectrónica es la principal implicada.

La microelectrónica por su parte, en tanto consiste en la miniaturización de los componentes electrónicos, es el soporte de la nueva informática, las nuevas telecomunicaciones y la nueva automatización, y por extensión, cabe considerar nuevas tecnologías aquellas que, incluyen un principio electrónico (Garmendia, 1993:54).

Dicho esto, las TIC pueden definirse como el resultado de la convergencia de las innovaciones producidas en la informática, la microelectrónica y la telecomunicaciones, y cuya finalidad es la de mejorar los mecanismos de almacenamiento, recuperación, comunicación y tratamiento de la información; lo que les ha conferido una tremenda capacidad de implementación en cualquier actividad humana, especialmente en la comunicación, gracias a su gran polivalencia. O dicho de otro modo, La informática y la microelectrónica facilitan un cada vez más amplio tratamiento de la información en productos y procesos de toda índole (Lope, 1996:33).

La relación entre sociedad y nuevas tecnologías ha sido un campo de debate muy prolífico en la historia de la sociología, en primer término como parte del proceso productivo (Marx, Butera, 1988) y más recientemente en lo que concierne al ocio (Ritzer, 1996), y ambos dentro de otro proceso más importante como es la racionalización extrema de la vida cotidiana que ya anticipaba Max Weber, por medio de la automatización que las Nuevas tecnologías propician.

Desde los clásicos hasta las y los sociólogos contemporáneos, que como Ritzer (sobre la mcdonalización/estandarización de los servicios de ocio y el ocio mismo, 1996), considera que la tecnología es la variable explicativa del cambio social en la esfera del tiempo libre, o cómo Jeremy Rifkin con obras como *El fin del trabajo* (1997) y *la Era del acceso* (2005), para el que es ésta la variable que determina la empleabilidad y el valor (cultural/intelectual) en la sociedad contemporánea, o Zygmunt Bauman (2005), que entiende que son las TIC el origen de la nueva intimidad, como también de la precariedad del amor y las relaciones personales (*amor líquido*, sobre la fragilidad de los vínculos humanos).

Término, éste de automatización, que ha sido interpretado de muy diversas maneras, según nos recuerda Butera (1988:34), pero que es de gran interés tener en cuenta, por cuanto dicho fenómeno a través de las TIC en el ámbito doméstico-privado, y aún más de la intimidad individual, mantiene buena parte de las características y efectos que se le achacaban en el ámbito de la empresa: como sistema de control, sistemas de precisión, organización del tiempo y las tareas, organización de la empresa como del hogar y ahora de la vida privada, intensificación del capital necesario, etc.

Tanto es así que, aplicando el esquema de Gómez Uranga (1986:87) sobre la automatización industrial, para el caso de la incidencia de Internet en la automatización de la vida y costumbres de la juventud entre la que ha alcanzado una penetración máxima, no sólo encontramos un gran paralelismo, sino además un marco analítico de interés. Se trata, de un esquema que describe la nueva cotidianeidad que propicia la Red, siendo éste el medio fundamental que ha cambiado su modo de vida y ha abierto nuevos horizontes para el ocio, la formación y el empleo:

1. Reunión de diversas tecnologías que pueden confluir en un sistema más integrado.

El ordenador conectado consiste en un sistema audiovisual, multimedia interactivo, que da acceso a una multiplicidad de medios (prensa, televisión, radio, cine, industria musical, música, tecnología docente, etc.) y tecnologías (fotografía digital, impresora, escaneado, para edición, diseño gráfico, etc.).

2. Sustitución del trabajo directo, haciendo variar la relación entre el esfuerzo humano necesario para la realización de tareas y el resultado cuantitativo de la producción. Por ejemplo: para conseguir que llegue una ‘carta’, -ahora mensaje-, a todas las amistades -ahora contactos-, sin tener que ensobrar, ir a la oficina de correos, etc. O las fotos de las vacaciones, los apuntes de clase o una noticia de interés que acaba de aparecer en la prensa internacional.

3. Objetivación de las funciones de ejecución, control e incluso organización del trabajo (y del ocio) a través de los equipos automáticos. Software y hardware definen el direccionamiento de la información, quien, hacia quienes y con qué fin pueden comunicarse las personas; el proceso de cada tarea, la forma de llevarlas a cabo, los tiempos y movimientos, la distribución del tiempo y los asuntos que son procedentes y cuáles no. Así, por ejemplo, resulta impropio y puede ser denegada una larga carta en un foro, mientras cualquier escueta observación sobre un hecho, un sentimiento o un producto cultural puede tener cabida en todo tipo de foros, redes sociales, bibliotecas virtuales, chats, etc. Todo lo cual incrementa la estandarización, que llega a la vida privada e íntima, como antes lo hiciese a la industria.

4. Desarrollo de un tipo de mercancía, los ‘programas’, que extienden progresivamente su área de aplicación, haciéndose cada vez más universales. La universalización del Software para todo tipo de tareas ha simplificado la pericia necesaria para el empleo de ordenadores y el estilo de comunicación, que por otra parte ha sido adoptada como propia de la juventud (frases breves, abreviaturas, introducción de palabras en otros idiomas -barbarismos-, empleo de jerga coloquial al unísono que otras especializadas -técnicas, artística-, etc.) ; convirtiéndose el conocimiento de dichos programas en objeto de culto de la juventud, que pueden destacar entre los iguales conociendo, aplicando y recomendando programas. También constituirse en autodidactas informáticos, accediendo libremente a un conocimiento que les confiere temas de conversación, argumentos para entrar en relación, y poder, en especial sobre los adultos y las personas menos instruidas.

5. Superación de formas de producción del pasado. Lo que en el espacio de la automatización de la vida privada se constituye en nuevas formas de comunicarse, divertirse, relacionarse, trabajar, vivir... Con una salvedad, que las oportunidades que tal potencial dispensa no se encuentran dirigidas, como en el caso de la empresa, a la maximización del beneficio económico, sino al mayor aprovechamiento del tiempo libre, a través de la diversión, el bienestar, la integración y el placer.

6. Integración creciente tanto de las esferas productiva e improductiva, como de los dominios de la producción y la gestión. Con el paso del ordenador de las empresas a los centros de formación y los hogares, las áreas de aplicación a las que se extienden alcanzan a ciudadanos de distintas edades, en el tiempo laboral y de ocio, y a la vida pública, tanto como a la vida privada e íntima. A través de él las actividades del trabajo, la formación y el tiempo libre pasan de un ámbito a otro (con tareas en red, en el disco duro del portátil, vía mail o pendrive) eliminando la división tradicional entre la organización del tiempo laboral y el tiempo libre. En este último la automatización se implementa y permeabiliza del mismo modo que en la empresa hacia cada vez mayor número de actividades: desde ver un film, escuchar la radio, enviar fotografías a las amistades, comprar, intimar con la pareja, etc.

En lo concerniente al trabajo este hecho implica la descentralización y desubicación de la producción, y una ruptura de la línea que separa esta de la vida privada gracias al teletrabajo y las facilidades que para la itinerancia proporciona el móvil y el portátil, lo que para la juventud supone una oportunidad en algunos aspectos. Por un lado, como puede observarse en la encuesta sobre las páginas más visitas y dónde se realiza el acceso, puede afirmarse que el trabajo se vuelve más lúdico no sólo con programas cada vez más amables y el acceso a la red que hace el trabajo más ameno, sino que además éste último permite, en ocasiones mantenerse en contacto con los amigos, informarse sobre actividades de ocio, o chatear.

En sentido contrario, Internet incorpora una racionalización proveniente de la espera laboral en la vida privada e íntima, lo que tiene diversas consecuencias que añaden, por una parte a la excesiva flexibilización del tiempo de trabajo y las condiciones laborales (lo que antes eran horas extraordinarias remuneradas, extensión del trabajo ‘free lance’ y subcontratado entre la juventud); pero también, a nuevas oportunidades para la cualificación y el acceso al empleo, a redes públicas y a la promoción laboral desde una edad temprana.

A la pregunta sobre en dónde sueles conectarte a Internet, jóvenes y adolescentes contestaron que, en el trabajo un 11,1 % de las y los chicos adolescentes y jóvenes de Madrid, y el 9,8 % de las y los jóvenes de toda la muestra, mientras un 45,2% lo hacían en centros de estudios. Todo ello pone de manifiesto la integración de la juventud en las distintas esferas a través de la Red, y una hegemonía de su uso en el ámbito doméstico sobre los demás.

Cuadro 4. ¿En dónde sueles conectarte a Internet?

	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA	TOTAL
En casa	69,6	68,7	75,0	37,4	69,0
En mi habitación	42,0	44,1	46,2	40,5	43,4
En casa de amigos o familiares	20,5	14,7	24,6	7,9	16,5
Centro de estudios	25,0	45,2	50,4	26,7	38,9
Aulas o bibliotecas públicas	4,8	12,6	16,7	3,3	10,2
Cibercafés o locutorios	13,4	6,5	8,3	9	8,7
En el trabajo	1,8	9,8	11,1	3,3	7,3
OTROS	0,3	1,4	1,4	0,6	1,0

La integración de las distintas esferas que propicia Internet en el tiempo de la juventud, se refiere a los espacios de actividad: doméstico, académico, laboral y de ocio, y con ello de las tareas pertenecientes a cada una de éstos, como puede comprobarse:

Cuadro 5. A). A la pregunta ¿en qué medida utilizas Internet para las siguientes cuestiones? los resultados de la muestra total han sido los siguientes:

%	Relacionarme	Divertirme	Comprar	Informarme	Contactar
Nunca	3,6	4,2	52,0	1,3	47,8
Casi nunca	5,8	5,7	14,5	2,9	12,4
Pocas veces	10,6	10,3	12,1	6,2	9,6
Subtotal	20	20,2	78,6	10,4	69,8
Regularmente	22,3	23,5	13,1	18,7	10,3
Habitualmente	20,8	24,0	3,6	19,9	7,5
Siempre	36,9	32,2	4,6	51,0	12,3
Subtotal	80	79,7	21,3	89,6	30,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Se trata de porcentajes válidos, debido a que de una muestra de 1111, sólo 38 casos, un porcentaje muy pequeño, no utiliza Internet, y que por lo tanto no deben que contestar, lo que equivale a un 3, 4% de valores perdidos.

Cuadro 5. B)

%	Descarga CD y DVD	Viajes y entradas	Quedar con desconocidos	Aprender y formarme	Encontrar oportunidades
Nunca	5,5	21,8	77,2	7,8	15,7
Casi nunca	4,6	10,3	9,8	8,5	9,4
Pocas veces	4,5	14,5	5,4	16,4	16,4
Subtotal	14,6	46,6	92,4	32,7	41,5
Regularmente	12,9	19,8	4,4	27,1	23,2
Habitualmente	20,3	15,8	1,0	18,5	15,9
Siempre	52,3	17,8	2,2	21,7	19,4
Subtotal	85,5	53,4	7,6	67,3	58,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

La mayoría de las y los jóvenes y adolescentes encuestados utilizan a menudo Internet para: actividades recreativas (79'7% con el fin de divertirse), para comprar y realizar 'adquisición' de productos culturales (85% descarga de films y música, 53,4% viajes y entradas), la formación (67,3% aprendizaje, 89,6 información), las relaciones sociales (80%, relacionarse, 30% contactar), la empleabilidad y encontrar oportunidades (58,5%).

En resumen, podemos decir que Internet como Nueva Tecnología que racionaliza y automatiza la vida cotidiana de la juventud incorpora 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 los medios de ocio pasivo como la televisión.
3. Estandarización de las actividades de ocio, las pautas de conducta y el tiempo libre.
4. Acceso a personas, redes e información globalizada.
5. Confluencia del ocio y el trabajo, lo público, lo privado y lo íntimo.
6. Cualificación autodidacta que confiere elementos para el acceso al mundo adulto, integración en el juvenil y mayor hegemonía de las y los jóvenes en ambos.
7. Disolución de las líneas férreas que distanciaban el tiempo y la vida laboral de la privada.

El acceso de la automatización a través a la vida privada supone en definitiva el paso de sus notas de mayor racionalización y eficacia a ésta (en los términos que anticipara George Simmel -la eficacia de las finanzas a las relaciones personales- y Max Weber -de la racionalidad que preside el proceso de trabajo-), lo que tiene sin duda sus repercusiones en lo concerniente a las nuevas relaciones humanas que se hacen más numerosas pero también, como afirma Bauman (2005), más laxas.

Todo ello supone una transformación física y simbólica de la realidad tal como la concebíamos hasta tiempos recientes, y una adaptación de las personas a las máquinas, sus tiempos, inmediatez, versatilidad, disposición de tareas, etc. Pero sobre todo, y como afirma Gordo López en su trabajo para el Injuve de 2006, los ordenadores “contribuyen desde el comienzo de la modernidad a redefinir las nociones de lo público y lo privado (Certeau, 1992, citado por Gordo, 2006), o entre lo tecnológico y lo sexual (Gordo López, 2004) y estas medicaciones “tecnosociales” afectarían igualmente a las nociones de infancia y juventud, su educación y gobierno”.

Esta idea ha sido la que ha alineado las distintas teorías sobre las TIC y la adolescencia y juventud en dos bandos irreconciliables, de un lado las teorías apocalípticas que consideran muy negativa su influencia, y del otro las concepciones positivas o integradas.

Las primeras defienden que las TIC generan una pérdida de control parental, de inocencia y de la infancia o juventud misma, que actúan en detrimento de las aptitudes intelectuales, como la capacidad de abstracción y la lógica, y en definitiva, que las y los menores y la juventud, son víctimas pasivas de éstos. Entre otros muchos se encuentran Postman, 1983, Meyrowitz, y en España los estudios de García Galera (1999), Ruiz San Román, 2005 o Garaitonaindia (1997, 1998 y 2000).

Las segundas, conocidas como integradas, ponen el énfasis en la sabiduría natural de las y los más jóvenes la para alfabetizarse en los nuevos medios, o como hemos dejado dicho apoyándonos en la psicología del desarrollo, unas habilidades propias de la edad que favorecen su adaptación concretamente a las determinadas TIC, como son el teléfono móvil, la televisión o Internet; como por ejemplo la capacidad para el procesamiento de cantidades ingentes de información. Pero además, y no conviene olvidarlo porque algunas de ellas, como es el caso de Internet, se ha adaptado a la perfección a las necesidades propias de la adolescencia y la juventud de nuestros días, con más tiempo de ocio dentro del hogar en las grandes ciudades, interés por la participación democrática y la interactividad, sobre todo, porque reivindican el espacio virtual en ausencia de espacios propios y como respuesta ante el fracaso de la escuela y la instituciones educativas que perpetúan la cultura adulta. (Farray y Brito, 2002, Gubert, 1996, Gordo López, 2006).

Es decir, la adolescencia y juventud estarían demandando esos mismos medios porque necesitan una modalidad de relación, aprendizaje y expresión propia que favorezca su autonomía e interactividad, precisamente por la conciencia social y autoconciencia que dichas TIC, en especial las pasivas como la televisión, han hecho demandar en las nuevas generaciones.

Entre estos apologistas de la influencia de las TIC en la juventud además de los citados y sin pretender una revisión exhaustiva, cabe destacar el trabajo de Juan José Igartua y su equipo de la Universidad de Salamanca (1995, 2003, 2006) o el equipo formado por Francisco Bernete de la UCM, Santiago Lorente UPM y Diego Becerril de la Universidad de Granada.

En resumen, para la presente investigación se propone una perspectiva que avance desde las anteriores hacia posiciones eclécticas, es decir, ni apologistas, ni apocalípticas, pero que tengan en cuenta la propia opinión de los actores, por considerar que a estas edades no son sujetos pasivos, sino que cuentan con una racionalidad reflexiva capaz de conceptualizar y discriminar los usos de las TIC y en concreto Internet, y que el desarrollo de dicho fenómeno en la juventud, está íntimamente ligado a la interacción simbólica entre las y los usuarios.

3.4. La red como agente de socialización secundaria

La socialización es un proceso mediante el cual el individuo adopta los elementos socioculturales de su medio y los integra a la personalidad para adaptarse a la sociedad en la que vive. Dicho en otros términos, socializar 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.

Conocemos como socialización primaria la acontecida durante la infancia, después de la cual se produce lo que Berger y Luckmann (1968) denominaron **socialización secundaria**, aquella que tiene lugar sobre todo en la adolescencia y primera juventud, aunque prosiga a todo lo largo de la existencia; siguiendo a dichos autores, la socialización secundaria consistiría en la tarea de iniciarse en los roles propios de la vida en sociedad: los relacionados con la división del trabajo, la diversidad profesional, participación social, grupos de diversión, religiosos, como también el rol sexual y las relaciones intersexuales.

Teniendo en cuenta estas premisas, la Red cumple una importante función en dicho proceso socializador, a la hora de **descifrar la estructura ideológica del entorno como soporte para la construcción de la identidad, de simplificar el 'conflicto de roles'** del que habla Coleman. (1985:24), y que se hace más intenso en estas edades (pone por ejemplo el conflicto de un joven de 16 años entre su rol de hijo y novio). "Los años comprendidos entre la infancia y la edad adulta, como periodo de la aparición de la identidad son considerados como particularmente importantes para la construcción de este tipo de papeles". En tales edades aparece lo que se ha dado en llamar 'el estrés o tormenta emocional', también crisis de la adolescencia en su tránsito a la vida adulta. De ahí la importancia de los agentes de socialización secundaria que, como los iguales y los medios influyen más en esta etapa, que los progenitores (agentes de socialización primaria) o el profesorado (agentes formales no difusos), y que afectarán positivamente en la medida que establezcan un reparto de roles satisfactorio y capaz de sofocar dicha 'tormenta emocional'.

Las principales teorías sobre el desarrollo humano han profundizado en el proceso de socialización y aportan elementos para entender como ésta influyen los Medios, como "agentes de socialización difusa", en la construcción de la identidad.

Así, la *Teoría del aprendizaje Social* que deriva del conductismo, considera la socialización como producto de los premios (refuerzos) y castigos, de modo que las conductas que encuentran reprobación social no se repiten, y aquellas que son reforzadas, tienden a constituirse en conducta estable.

En lo que concierne a la Red, es de destacar la influencia de ésta corriente en la lógica de los sistemas interactivos y multimedia de enseñanza y exposición de contenidos, del propio sistema de ventanas del software de mayor implantación (Windows) el hipertexto y el sistema de buscadores, y sobre todo, de los videojuegos a través de la red o en videoconsolas, que han adoptado mejor que ningún otro los principios conductistas de aprendizaje. De modo que, a través de colores (rojo o naranja), dibujos (de error, burla o peligro), sonidos, amonestaciones (con palabras o tiempo de espera), denegación del acceso (a niveles avanzados o por ejemplo cuando se utilizan palabras soez en un foro o una red social), se penalizan los comportamientos inaceptables, mientras se favorecen determinadas conductas, por medio de refuerzos positivos, como felicitaciones y premios: acceso permitido, descargas gratuitas, etc.

Los 'códigos de conducta', suelen ser parte integrante de todo foro, chat, mensajería instantánea, red social o comunidad en Internet, y que las penalizaciones por incurrir en una falta contra éstos cursan son emociones de frustración (ser excluido,-a, amonestado,-a, penalizado,-a), implica una ideología implícita, a través de la cual se interpretan los hechos y las palabras que son aceptables y las que no.

También dentro de esta corriente se reconoce (Bandura, 1963) un papel muy importante a la imitación como mecanismo de aprendizaje, de modo que al refuerzo o reprobación de las conductas tipificadas en la Red, se suma la imitación de los agentes de socialización: como la que se realiza del padre o la madre en los tiempos y formas de uso, portales de acceso, etc. y los iguales (los hermanos y hermanas, amistades y compañeros de juego) y las imágenes que sobre Internet ofrecen los medios de comunicación, etc.

Desde esta perspectiva, dichos agentes de socialización difusa, como pares y Medios, frente a los progenitores y la escuela, tienen un poder como referente de la conducta sin parangón, en lo que respecta a las conductas esperadas de las y los adolescentes, y por representar más que a cualquier otra edad, 'el castigo' de la "reprobación social".

La *Teoría del Desarrollo Cognitivo* que parte de Jean Piaget (1896) a finales de los años veinte defiende que la comprensión del mundo es bien distinto según el estadio del desarrollo cognitivo en la que se encuentra la persona; es decir, que los individuos, sobre todo cuando son menores, van ordenando el mundo a través de su Yo, desarrollando con la edad la habilidad cognitiva de clasificar e identificarse (autosocialización) con las pautas diferenciales de su sexo, edad, grupo social, labor en la que juegan un papel activo.

Según este punto de vista los medios interactivos e Internet, favorecerían este proceso de socialización activa, más aún que otros medios como la televisión o la prensa escrita, al existir una acción consciente voluntaria sobre qué tipo de información y páginas Web se desean obtener, y cuáles en ningún caso. Por ejemplo, según el cuadro anterior, el 52% de las y los jóvenes y adolescentes decide no comprar nunca a través de Internet.

Dichas decisiones dependen de la información que uno mismo,-a consigue en su búsqueda en la Red, y de la recibida de los pares (a través de la red, presencialmente o de otros medios como las revistas juveniles) sobre la existencia de dichas páginas y servicios. En este sentido cabe apuntar un fenómeno nuevo que aporta la red la educación, y es el hecho de incrementar las posibilidades de autoinstrucción o autosocialización, y por otra, que sea mayor la influencia de los iguales, sin que dichas búsquedas y pautas de consumo, puedan ser en principio, tan controladas por personas adultas, como la de

otros medios como la televisión; lo que sin duda es una ventaja en cuanto a la autonomía de éste grupo social. Ahora bien, también constituye el foco de los principales riesgos, como por ejemplo cuando se incorporan a través de la red bajo un discurso juvenil personas extorsionadoras, pedastras o sectas con el fin de captación de personas menores y jóvenes.

En cuanto a la capacidad socializadora del medio es fundamental la percepción que de su influencia hacen las y los mismos adolescentes:

Cuadro 6. ¿Qué oportunidades crees que puede propiciar el acceso a Internet?

ADOLESCENTES	
Comunicación con todo el mundo	66,7
Información sin límites	53,9
Diversión	45,2
Relacionarse sin límites	41,4
Encontrar trabajo	35,7
Oportunidades para dar tu opinión	17,6
Participar-sentirse parte de algo	12,2
Privacidad	9,8
Cibersexo	8,0
OTROS	0,9
NINGUNA	0,6

La adolescencia como ya ha quedado dicho, y como la definiera G. Stanley Hall (1904), el fundador del movimiento para el estudio de la niñez, es una etapa de “tormenta y estrés”, y la compara con la etapa turbulenta de la raza humana en el camino de la civilización; es además, época de vacilación y contrariedades. Estas han sido abordadas especialmente desde el *psicoanálisis* como fase de identificación sexual. En esta tarea Anna Freud, hija de Sigmud Freud adapta el modelo de conflicto intrapsíquico formulado por éste para entender la psicología de la adolescencia.

Para esta autora (1946) la razón de la conducta conflictiva es que la maduración sexual que se alcanza con la pubertad, provoca no pocos desequilibrios psíquicos. Las fuerzas del instinto (ello) latentes desde la niñez, afloran con fuerza, lo que el Yo intenta resolver dentro de los límites de las expectativas sociales (superyo), poniendo a prueba las habilidades de razonamiento y la conciencia, y en definitiva la educación de base anterior.

Siguiendo a Erickson (1950, 1959) que adapta la teoría de Freud sobre el desarrollo, la principal tarea psicosocial de la adolescencia es el logro de la identidad y parte de esta labor es la construcción de la identidad sexual, en un momento, por otra parte, de mayor intensidad del conflicto intrapsíquico (entre las normas y los instintos). Es por ello que, gustarse en todas las facetas de la personalidad, tener una identidad positiva en dichas edades, será crucial para la salud mental: aceptación de las características físicas, el sexo biológico y la representación de los roles de género, como se siente con sus iguales, sus expectativas de carrera, entidad étnica, etc.

Las tareas que deben llevarse a cabo para que la consecución de la identidad y la madurez puedan llegar a buen término han sido incluso explicitadas por especialistas, como por ejemplo Havighurst (1972) en su teoría del desarrollo:

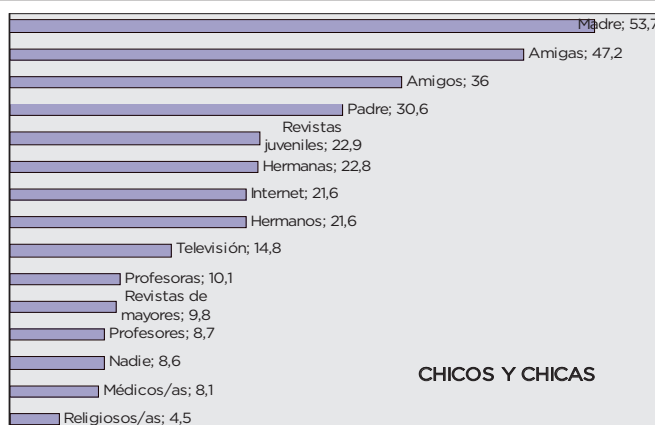
1. Aceptar el físico propio.
2. Lograr independencia emocional de los padres y otros adultos.
3. Lograr un rol social-sexual masculino o femenino.
4. Formar relaciones nuevas y más maduras con compañeros de la misma edad de ambos sexos.
5. Desear y alcanzar una conducta social responsable.
6. Adquirir un conjunto de valores y un sistema ético para guiar la conducta.
7. Prepararse para la carrera profesional.
8. Prepararse para la vida en pareja y familiar.

El problema reside en que, por diferentes razones, en nuestros días los agentes de socialización formal, que en mayor medida responderían a estas metas, han sido desplazados, máxime en la adolescencia (en la que se incrementa el consumo de televisión y otros medios de forma autónoma) por los agentes difusos, y los referentes a imitar en vez de ser éstos mismos, es el propio grupo juvenil y los personajes mediáticos.

Si como apunta Giddens, subculturas son “los valores y normas distintos a los de la mayoría que mantiene un grupo encuadrado en una sociedad amplia” (1991:787), desde hace décadas comienza a hablarse de una subcultura juvenil, presidida por valores y las propias necesidades de esta etapa de la vida, como son la búsqueda de identidad, identificación, que puede producirse en forma de imitación, transgresión. Dichos matices diferenciales en la adolescencia: identificación con los pares, separación física (ocio) y simbólica de los progenitores, e imitación del mundo de los jóvenes mayores, en especial en lo concerniente a la sexualidad, les hacen infinitamente más maleables y vulnerables frente a medios de comunicación, que ante todo buscan maximizar lectores y audiencias, pero menos, en aquellos medios que como Internet dispensan una mayor autonomía.

Es durante la socialización primaria cuando se establecen los elementos básicos, los fundamentos psíquicos y lingüísticos de una apropiación sexuada de la realidad, pero durante la adolescencia será cuando se produzca la socialización de la sexualidad en el sentido más amplio del término, con todas las implicaciones que éste hecho conlleva para la conducta futura y la configuración de las relaciones personales.

Gráfico I. Principales agentes socializadores de las relaciones intersexuales (preadolescentes de 10 a 15 años ambos sexos)



Fuente: Elaboración propia para el CIDE-Instituto de la Mujer, 2007.

Como puede comprobarse Internet juega un papel muy importante en la socialización secundaria de las relaciones, en donde el 21,6% de los chicos y chicas de 10 a 15 años entrevistados respondieron que era el agente con el que resolvían sus dudas sobre las relaciones intersexuales, 25,2% los chicos, 17,6% las chicas.

Lo anterior apunta a que en estas primeras etapas Internet, junto con las revistas juveniles, está siendo un medio de orientación cuando otros agentes no saben o no pueden cumplir dicha función, lo que hace suponer que en edades más avanzadas y de mayor independencia su influencia sea mayor. Desde el punto de vista pedagógico y bioético esto encierra la dificultad para poder conseguir que la información sea la idónea para cada edad, pero también una oportunidad, en lo concerniente al potencial de la Red para la socialización de las relaciones y la identidad sexual, ya que si a través de ésta las y los jóvenes acceden a organismos e instituciones específicas que se encargan de su orientación, salud, educación y promoción, también tienen cabida todo tipo de contenidos en este sentido.

De ahí también la importancia del trabajo pasado y futuro desde las distintas administraciones, para una información afectivo-sexual de calidad, de velar porque los contenidos de las revistas y páginas Web de preferencia de la juventud queden soslayadas información sexual y expresiones que incidan en la violencia contra las mujeres (imágenes, vocabulario, enfoques), en el trato despectivo de cualquiera de los sexos y las relaciones entre estos, una tarea difícil, inserta en el ámbito más amplio de una la educación para la vida, que no se limite a la responsabilidad civil en los contenidos o la prevención de la salud reproductiva.

El sentido de éste tipo de propuestas que incidan en una 'normalización' de aspectos que afectan a la crisis de la adolescencia y se entienden a priori, expresión de ésta, puede hallarse en los postulados que desde la antropología social han realizado personas expertas como Margaret Mead. Dicha autora opinaba que el estrés emocional en la adolescencia es evitable, en tanto se encuentra determinado por motivos culturales, siendo las dificultades de transición de la niñez a la edad adulta muy diferentes dependiendo de cada grupo étnico y con un carácter particularmente acusado en la cultura occidental.

Por otra parte, no todos, ni todas las adolescentes pasan por la crisis de estrés, ni lo hacen de igual modo. Ruth Bendice (1938) anteriormente, había analizado cómo las culturas primitivas proporcionan una continuidad mayor en el **entrenamiento de responsabilidades y madurez sexual** que las sociedades occidentales (citada por el mismo Coleman-1985).

Ambas autoras consideran la adquisición no traumática de roles sexuales y ocupacionales maduros como el camino más encomiable para el bienestar en la adolescencia y para todas las sociedades. Bajo este punto de vista, conflictos de un gran calado en este grupo de edad en las sociedades occidentales contemporáneas, como las adicciones, los trastornos alimentarios, la delincuencia juvenil, la conflictividad en las aulas y la larga duración de las 'crisis normativas', podrían ser atribuidas a dicha moratoria prolongada de papeles y responsabilidades. De modo que, los problemas de crisis emocional y angustia con la que puede vivirse la adolescencia, incluso juventud, podrían ser solventada con una mayor definición de roles y una menor prolongación de la adolescencia o 'tiempo de moratoria social' (en la que todavía no se espera un comportamiento adulto de los individuos).

La capacidad de autoconciencia y crítica no serían un obstáculo para ello, y en lo que concierne a la percepción de Internet sobre estas conductas de riesgo y la responsabilidad que las y los adolescentes de 15 a 17 años saben que asumen en su acceso ha quedado claro en los resultados obtenidos en comparación con el total de la muestra:

Cuadro 7. ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet?

	ADOLESCENTES	TOTAL
Adicciones	49,4	46,9
Problemas de virus	41,4	38,1
Pornografía pederasta	39,0	39,5
Ser víctima de delitos y fraudes	33,6	39,8
Aislamiento social	33,0	39,8
Contacto con desconocidos	30,4	28,5
Piratería indiscriminado	27,7	23,1
Exposición a imágenes denigrantes	22,3	24,1
Exposición a la violencia	22,3	22,5
Realizar fraudes y delitos	22,0	21,2
Sectas	21,4	19,2
Bullying y comentarios denigrantes	20,8	20,0
Cibersexo	19,0	13,5
Enamorarse inconvenientemente	17,3	14,6
Ninguno importante	17,00	14,5
Problemas de pareja	14,6	12,3
Déficit de atención	11,6	12,3
OTROS	2,4	3,4

Es decir, los adolescentes son en general, varios puntos más conscientes o al menos se encuentran más expectantes de los peligros que puede entrañar la red, siendo más sensibles hacia aquellos que tienen que ver con delitos sexuales y fraudes, o los derivados con el contacto con desconocidos o el aislamiento social, pero menos en lo concerniente al *bullying* y los comentarios denigrantes o el déficit de atención.

Desde las últimas perspectivas analizadas en la teoría de la socialización, todos los agentes deberían actuar en el sentido de no prolongar la adolescencia como tal, ni incrementar el estrés, ni la desazón imágenes hostiles y estereotipadas sobre ésta edad. Son los medios de mayor incidencia en esta población, como son las revistas juveniles, ciertos programas e Internet, unos de los que más pueden incidir en esta transmisión de roles y como cauces, generadores/inhibidores de comportamientos y dificultades.

Es decir, la crisis adolescente depende tanto de condicionantes estructurales, como de las biológicas y culturales. En nuestros días se produce una maduración psicológica y física más precoz, por la influencia mediática que exponen el mundo y los procesos con toda su rotundidad y desde una edad temprana, al mismo tiempo que se retrasa el momento de acceder con pleno derecho a la vida adulta (alargamiento del periodo educativo y los desajustes en los mercados de trabajo e inmobiliario, que dificultan la consecución del primer empleo y la primera vivienda, y por último por el retraso de la maternidad).

Sobre estas premisas también se constituyen representaciones y modelos culturales de 'la adolescencia' y 'la juventud' a veces muy negativos (por ejemplo, siendo represen-

tados como frívola o gamberra en ciertas películas de humor o algunas revistas juveniles masculinas y femeninas), y que podrían ser evitables, en tanto funcionan como patrones de adaptación prototípicos fuertemente estandarizados y que pueden afectar al comportamiento final de este segmento de población y en sus conductas de riesgo.

Giovanni Sartori fue el sociólogo que con su obra *Homo Videns: la sociedad teledirigida* (1998) 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. 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 el desarrollo de habilidades para la resolución de problemas, creatividad, etc. (Sefton-Freen, 1996, y Weber y Fazal, 1994). Si bien, por ejemplo en la investigación de éstos últimos, una tercera parte de los niños estudiados se sienten agresivos después de jugar con el ordenador.

Por otra parte otras críticas habituales son comunes con otros medios audiovisuales, por ejemplo la exposición lo que concierne 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 mayor fuerza socializadora mayor que los transmitidos por los padres (Liebes, 1991); si bien, y 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 de la infancia en el hogar.

Otros estudios recientes insisten en que Internet está cambiando la forma de leer y de pensar, incluso de reeducar el cerebro en estas edades y superiores, como señalaba Abel Grau en el diario El País del 10 de octubre de 2008: haciendo la lectura más rápida, en horizontal, a saltos rápidos y muy variados; en definitiva, filtrando gran parte de nuestro acceso a la realidad, aumentando la capacidad de asimilar información, pero disminuyendo la capacidad de leer y pensar en profundidad.

En resumen, La Red estaría modelando la forma de pensar, disminuyendo la capacidad de concentración, reflexión y contemplación, la capacidad asimismo de mantener una línea de pensamiento sostenida durante un periodo largo de tiempo, como ha señalado G. Carr, asesor de la Enciclopedia Británica, en su artículo “Is Google making us stupid?”, en la revista The Atlantic: “Nunca un sistema de comunicación ha jugado tantos papeles en nuestras vidas –o ejercido semejante influencia sobre nuestros pensamientos– como hace hoy Internet”.

Maryanne Wolf, investigadora de la lectura y el lenguaje y autora de *Cómo aprendemos a leer* (Ediciones B), considera que Internet sin guía puede suponer una restricción de los complejos procesos de pensamiento que llevan al conocimiento auténtico, lo que no descarta influencias muy positivas, porque como señala Raymond Kurzweil experto en inteligencia artificial y que recoge Abel Grau en su esclarecedor reportaje, si bien la parte biológica trabaja menos, en su combinación con las máquinas aumenta la inteligencia de los menores.

De mantenerse estas premisas, la juventud se vería más afectada por la influencia que estos cambios cognitivos, incluso antropológicos pudieran tener, al exponerse durante más horas y con mayor implicación al Medio, pero además, por hallarse en unas edades cruciales para la socialización al ser considerado como un medio predilecto por estos grupos de edad.

De ahí también, que medios como Internet dispongan de una fuerza socializadora mucho más impactante, por la propia asunción de la adolescencia y juventud de Internet como 'medio amigo', porque permite que sean las y los propios jóvenes los que dispongan de la capacidad de réplica y de construir y permanecer en aquellas redes y juegos, en los que realmente se sienten identificados, no devolviendo sobre si mismos imágenes ficticias o forzadas como ocurre en otros medios.

A través de Internet y los nuevos instrumentos que dispensa para comunicarse (foros, chats, redes sociales, Messenger, críticas de películas y libros, etc.) los chicos y chicas aprenden qué es lo aceptable y lo inaceptable en la orbe simbólica de su propio grupo social juvenil y su sexo (por ejemplo cómo se debe proceder en la compra-venta por e'bay y como no, que es 'guay' en el trato social en un chat, o en la autopresentación en 'my space' y qué no lo es); contenidos que por tanto, parten más de si 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, educares y administraciones competentes, en el mundo virtual y de éste en la educación, suponen una garantía para que la educación formal, y en concreto la educación para los medios, no queden al margen de la realidad/virtual/real de la juventud.

4

Patrones de consumo de internet en la juventud española

4.1. El consumo de Medios de Comunicación entre las y los jóvenes españoles

Las encuestas de carácter periódico, como el Estudio General de Medios y otras puntuales, como la realizada por nuestro equipo en 2007 para el CIDE y el Instituto de la Mujer, demuestran que, lo más característico en el consumo de medios entre la juventud y adolescencia española es la alternancia de éstos, siendo la televisión el medio hegemónico desde el punto de vista cuantitativo, seguido de las revistas para las y los adolescentes, y las revistas y la radio para los jóvenes.

Cuadro 8. Consumo de Medios según grupos de edad

% Impacto	GRUPOS DE EDAD	
	14 a 19	20 a 24
Televisión	88.8	86.2
Revistas	66.1	63.6
Internet	49.6	47.9
Radio	45.6	55.7
Diarios	33.6	44.6
Suplementos	17.3	19.7
Cine	8.1	9.4

Fuente: AIMC, 2008.

La televisión es el medio con mayor impacto en la juventud en cuanto al tiempo de exposición, lo que no garantiza su hegemonía desde el punto de vista cualitativo, ya que, en ocasiones se encuentra encendida mientras se hace otra cosa, o bajo el criterio del resto de miembros de la familia.

Siguiendo el estudio del profesor Francisco Bernete (2004:52), la penetración del ordenador en los hogares españoles es de casi la mitad que el de televisores, con el

100,0% que disponen del primero, y el 56,8% del segundo, y el promedio de éstos es casi vez y media mayor. En cuanto a la elección de los medios que la juventud elige como los mejores canales de expresión y participación, según la investigación del profesor Gordo-López (2006:47), el primero es Internet (51,9%), seguido de los centros de estudios (40,5), lo que sin duda rebatiría las hipótesis sobre la incapacidad de éstos para canalizar las inquietudes comunicativas, pasando a un tercer término, con un 29,2% los Grandes medios de comunicación (radio, prensa y televisión).

Puede afirmarse que otra de las características del consumo de medios entre la juventud es la primacía de lo doméstico-audiovisual, que justifica el desplazamiento del cine y la radio, y que consigue que, el consumo de distintos medios sea una parte muy importante del tiempo de acceso a Internet: descarga de películas, lectura de prensa a través de la Red, conexiones a estaciones de radio y Web musicales, como puede comprobarse en los cuadros posteriores.

En lo que concierne a la programación, el cine es la primera opción preferida por la juventud en canal televisivo, según el sondeo de opinión de la 2ª encuesta de 2007 del INJUVE (EJ124), con un 32,9% de jóvenes de 15 a 29 años que dicen que es lo que más les gusta, frente al 1,7% de los dibujos infantiles o juveniles, o el 5,0 % de los programas informativos. Unas cifras significativas, dado que según la encuesta del EGM, éste es el medio menos consumido en soporte tradicional (medido en espectadores/semana frente a espectadores/día de la TV, la radio o Internet), lo que confirma la domesticidad que caracteriza el nuevo consumo de medios de la juventud; con ello los problemas relacionados con el sedentarismo y el aislamiento, aspecto este último que en buena medida subsanaría la red en su indiscutible función de conectividad social.

Todo lo anterior plantea una dificultad metodológica para desentrañar la verdadera incidencia y las razones de ésta de los productos culturales, como el cine ya citado, los programas de radio, la música o las revistas y diarios, porque como ha podido comprobarse en el trabajo de campo de Jóvenes en la Red, las Web que ocupan todos ellos tienen una incidencia muy importante entre las y los jóvenes y adolescentes españoles, y que como puede comprobarse en las respuestas obtenidas de jóvenes y adolescentes de ambos sexos y en distintas zonas geográficas:

Cuadro 9. Consumo de medios impresos a través de Internet

Ahora nos centraremos en una serie de temas de cosas que se pueden utilizar a través de la RED, ¿podrías decirme con que frecuencia las utilizas?: Periódicos y revistas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Visitas a menudo	370	33,3	34,5	34,5
	Has entrado alguna vez	398	35,8	37,1	71,6
	Nunca las has visitado	305	27,5	28,4	100,0
	Total	1073	96,6	100,0	
Perdidos	No tiene que contestar	38	3,4		
	Total	1111	100,0		

Sólo un 18% de la muestra total nunca ha visitado páginas Web musicales y un 27% nunca ha visitado periódicos y revistas a través de Internet, y los sitios de estaciones de radio, parecen ser los menos secundados en la red, en las que un 43,4 nunca las han visitado y sólo entran a menudo, un 15,6%.

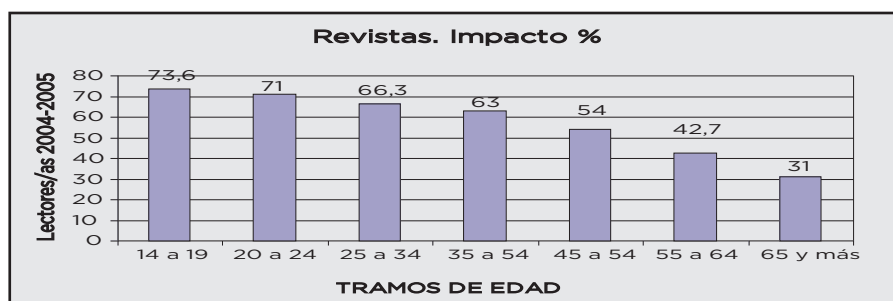
Cuadro 10. Consumo de radio a través de Internet

Ahora nos centraremos en una serie de temas de cosas que se pueden utilizar a través de la RED, ¿podrías decirme con qué frecuencia las utilizas?: Radios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Visitas a menudo	173	15,6	16,1	16,1
	Has entrado alguna vez	418	37,6	39,0	55,1
	Nunca las has visitado	482	43,4	44,9	100,0
	Total	1073	96,6	100,0	
Perdidos	No tiene que contestar	38	3,4		
Total		1111	100,0		

Teniendo en cuenta que, la televisión es un medio al que suele accederse de forma compartida con el resto de los miembros de la unidad familiar y hasta cierto punto automatizada, puede afirmarse que las revistas son el medio hegemónico en estos grupos de edad; que unido a los porcentajes de chicos y chicas que leen suplementos y prensa general, y su acceso a través de Internet a medios y documentos escritos de todo orden, destierran preconcepciones sobre que los jóvenes en general no leen. Si bien es cierto que, los más jóvenes son los que más leen, es decir, el grupo de edad comprendido entre los 15 y los 19 años lee más que el de 20 a 25.

Gráfico II. Consumo de revistas en los distintos tramos de edad



Fuente: EGM.

Si se trata de exclusivamente de las revistas, la tónica anterior se mantiene, y si comparamos con el resto de medios, éstas son las que alcanzan una mayor tasa de penetración en el tramo de edad entre los 14 y 19 años (73,6%); y lo que es más importante, su incidencia va decreciendo de forma indirectamente proporcional a la edad, de modo que su lectura va disminuyendo en las franjas de edad sucesivas, según los datos de la Encuesta General de Medios para el periodo 2004-2005. Son Asimismo las revistas el Medio, junto con Internet, que ha conocido un aumento más importante u constante en los últimos años en la adolescencia.

Siguiendo un estudio anterior del equipo sobre publicaciones juveniles en la primera adolescencia (10-15 años), nuevamente el patrón de consumo de medios impresos se caracteriza por la alternancia de cabeceras de prensa deportiva -Marca y As-, gratuita, Revistas del corazón, prensa diaria, revistas juveniles (musicales, videojuegos, deportivas,

ciencia), y revistas no recomendadas para menores (FHM, Interview y Play Boy, Loka, Nuevo Vale).

El gran consumo de las revistas juveniles en la primera adolescencia pone de manifiesto que éstas son una pieza clave en su socialización; y es que la compra y lectura en grupo y el préstamo (tomarlas de familiares) e intercambio (dejarlas), son una constante característica de la lectura de revistas en esta etapa, que consigue que las cifras de ventas y difusión por cabecera sean muy dispares. Máxime si atendemos al rápido ascenso que está registrando su lectura a través de Internet.

Cuadro 11. Consumo de publicaciones en la primera adolescencia (10-15)

Diario	%para ambos sexos	% Chicas	% Chicos
EL PAIS	7,55	7,10	6,40
REVISTAS: COTILLEO Y CORAZÓN	18,70	34,40	5,60
NATIONAL GEOGRAFIC	1,50	2,00	0,90
EL MUNDO	4,40	4,40	3,50
LA RAZÓN	1,10	1,00	1,00
MARCA	11,30	5,50	12,60
QUO	0,60	0,80	0,70
PERIÓDICOS GRATUITOS	13,30	13,00	11,70
AS	4,90	1,90	4,70
REVISTAS JUEGOS INFORMÁTICA	4,30	1,50	10,60
REVISTAS DE TUNNING	4,20	1,30	10,50
MUY INTERESANTE	1,20	1,60	0,70
ABC	1,40	1,50	1,00
REVISTAS DE BELLEZA	0,20	0,20	0,20
FHM	3,50	0,20	5,90
CASA Y DECORACIÓN	0,25	0,40	0,05
REVISTAS PARA MUJER ACTUAL	1,20	1,60	0,60
REVISTAS DE DEPORTE Y VARIOS	1,40	0,80	2,60
INTERVIEW	1,60	0,30	3,40
PLAY BOY	1,40	0,00	2,80
SPORT	0,50	0,20	0,60
MUNDO DEPORTIVO	0,60	0,00	0,80
REVISTAS VARIAS MOTOR	1,10	0,40	4,70
PERIÓDICOS LOCALES	5,90	5,90	4,50
REVISTAS DE ANIMALES	0,20	0,00	0,45
REVISTAS MUSICALES VARIAS	7,60	13,90	3,40
PENTHOUSE	0,10	0,10	0,10
TOTAL	100,00	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia 2006, *Revistas Juveniles* (CIDE/Instituto de la Mujer)

Asimismo, el acceso por préstamos de familiares y amistades, y en soporte electrónico, consigue que los porcentajes de revistas de chicos que leen ellas y viceversa, sea muy significativo, lo que sin duda habrá de influir en la autopercepción de ambos. Este hecho es particularmente significativo en lo que concierne a las revistas de videojuegos dirigidas a los chicos que leen las chicas adolescentes. Por ejemplo el 35,7 % de las éstas han leído la revista Playstation2, alguna vez.

Este hecho sorprende debido a que las revistas dirigidas a las chicas no profundizan en el empleo de ordenadores y de la Red, que de hecho este colectivo realiza, y las específicas de ordenadores y videojuegos son dirigidas a chicos y conceptualizadas por el público como masculinas, lo que sin duda llega a influir en la percepción sexuada del uso de Internet que los patrones de consumo en la práctica por parte de los dos sexos durante la adolescencia y juventud desmienten. El porcentaje de chicas que leen u hojean estas revistas (35,7 % Playstation 2 y 13,8% Playmania) mayoritariamente conseguidas por préstamos o intercambio, mientras que por compra los porcentajes son muy pequeños 4,8% y 6,8% respectivamente), poniendo en evidencia, junto con las cifras de acceso a la Red que, el interés y uso de éstas del ordenador e Internet es superior al que podría imaginarse en un primer momento.

Cuadro 12. Revistas de ordenadores que más leen los chicos

%	Playmania		Playstation2	
	Porcentaje	Acumulado	Porcentaje	Acumulado
La leen a menudo	24,5	24,5	39,6	39,6
La han leído alguna vez	26,8	51,3	37,5	77,1
Nunca la han leído	48,8	100,0	22,9	100,0
Total	100,0		100,0	

Fuente: Elaboración propia 2006, Revistas Juveniles (CIDE/Instituto de la Mujer)

Puede decirse que siguiendo los datos de la encuesta de la presente investigación, la lectura de revistas y otras publicaciones a través de la red es muy importante, sobre todo entre los chicos -jóvenes y adolescentes- (63,8 %) y las y los jóvenes (60%), más que las y los adolescentes y sobre todo en grandes ciudades -Madrid- (64 %).

Cuadro 13. ¿Sueles consultar algún tipo de publicación en la Red?

	CHICAS	CHICOS	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA	TOTAL
NO	50,4	32,1	50,4	36,7	35,5	46,6	41,0
SI	46,9	63,8	45,5	60,0	64,0	47,1	55,5

Dichas lecturas a través de la red en el caso de los chicos se centran en periódicos de información deportiva y general, blogs y revistas musicales. Mientras las chicas prefieren en este orden, los periódicos de información general, las revistas musicales, los blogs y la información de páginas oficiales; confirmando en ambos casos, el papel que Internet desempeña como medio de información sobre la actualidad entre la juventud, y ofrece la primera pista sobre su uso como oportunidad para la promoción educativa del empleo.

Cuadro 14. ¿De qué tipo son las publicaciones que consultas?

	CHICAS	CHICOS	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA
Periódicos de información general	32,5	31,3	18,2	38,1	38,0	25,3
Periódicos de información deportiva	6,0	43,2	21,7	26,3	25,4	24,4
Revistas musicales	12,1	11,4	13,4	11,0	17,2	6,0
Revistas del Corazón	4,7	1,7	4,5	2,6	5,1	1,2
Información oficial (BOE y similares)	11,0	4,6	2,7	10,0	11,4	3,8
Publicaciones privadas (Blogs)	12,7	13,4	12,5	13,3	21,6	4,0
OTROS	4,0	3,3	3,0	3,9	4,5	2,7

Por tanto, coincidiendo con el Estudio General de Medios, la encuesta Jóvenes en la Red pone de manifiesto que los patrones de consumo durante la adolescencia y juventud en España son distintos que los de otros grupos de edad, y que una de sus principales características es su preferencia por las Revistas y la lectura en general, y por Internet como medio privilegiado. Además, puede afirmarse que las y los jóvenes ven más cine, leen más prensa, libros y audiencia radiofónica, a tenor de la incidencia de éstos a través de la Red.

Es por todo ello que no puede afirmarse que Internet esté retrotrayendo los hábitos de lectura en la juventud y adolescencia, sino más bien, que los está cambiando. Como afirma Javier Lorenzo (2005:79) "la lectura se ha reinventado a sí misma, ha reeditado sus patrones y se adapta a los cambios, tanto del soporte como de su lector".

Cuadro 15. ¿En qué medida utilizas Internet para aprender en general?

	Nunca	Casi nunca	Muy pocas veces	Regularmente	Habitualmente	Siempre	
	0	1	2	3	4	5	TOTAL
%	7,8	8,5	16,4	27,1	18,5	21,7	100,0

Si a las publicaciones mencionadas añadimos los e'books, los cursos formativos, las Webs documentales (por ejemplo sobre un país o región, un hecho histórico...), las enciclopedias en red, etc., puede entenderse ese 67,3% de la muestra total que emplea Internet para aprender de forma regular, habitual o en todo momento (21,7%), y que pone en tela de juicio los planteamientos como los de Maryanne Wolf, que defienden que Internet dificulte el verdadero conocimiento.

Cuadro 16. ¿En qué medida utilizas Internet para las siguientes cuestiones?

%	Nunca	Casi nunca	Muy pocas veces	Regularmente	Habitualmente	Siempre	
	0	1	2	3	4	5	TOTAL
Descargar música/ películas	5,5	4,6	4,5	12,9	20,3	52,3	100,0
Buscar información	1,3	2,9	6,2	18,7	19,9	51,0	100,0

Para relacionarme	3,5	5,8	10,6	22,3	20,8	36,9	100,0
Divertirme	4,2	5,7	10,3	23,5	24,0	32,2	100,0
Aprender en							
General	7,8	8,5	16,4	27,1	18,5	21,7	100,0
Buscar viajes/ entradas	21,8	10,3	14,5	19,8	15,8	17,8	100,0
Encontrar oportunidades	15,7	9,4	16,4	23,2	15,9	19,4	100,0
Enviar información personal, fotos, etc, a personas que no conoces físicamente	47,8	12,4	9,6	10,3	7,5	12,3	100,0
Realizar							
Compras	52,0	14,5	12,1	13,1	3,6	4,6	100,0
Quedar con desconocidos	77,2	9,8	5,4	4,4	1,0	2,2	100,0

Por último, otra característica del consumo de medios entre la juventud, a tenor de lo mencionado para 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.

4.2. Dónde y cómo acceden las y los jóvenes a Internet en España.

Dificultades de acceso.

El primer punto de conectividad de las y los jóvenes y adolescentes españoles a la Red son los hogares, según la información obtenida en los grupos de discusión y contrastada en la encuesta; coincidiendo asimismo, con estudios anteriores (Redes, INE, AIMC) en aspectos como la mayor penetración del medio y acceso en el hogar en la ciudades grandes, como Madrid y con mayor crecimiento económico.

Cuadro 17. En dónde suelen conectarse jóvenes y adolescentes a Internet

	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA	TOTAL
En casa	69,6	68,7	75,0	62,6	69,0
En mi habitación	42,0	44,1	46,2	40,5	43,4
En casa de amigos o familiares	20,5	14,7	24,6	7,9	16,5
Centro de Estudios	25,0	45,2	50,4	26,7	38,9
Aulas o bibliotecas públicas	4,8	12,6	16,7	3,3	10,2
Cibercafés o locutorios	13,4	6,5	8,3	9	8,7
En el trabajo	1,8	9,8	11,1	3,3	7,3
OTROS	0,3	1,4	1,4	0,6	1,0

Los puntos secundarios de conexión de la juventud evidencian el apoyo de las administraciones públicas centrales, autonómicas y locales, para la disposición de espacios para la ciudadanía y especial la juventud (en centros de estudios, aulas culturales y bibliotecas), que consigue que la incidencia del acceso en general sea alta, mientras que la penetración en lo hogares, siendo la más relevante, sigue estando por debajo de la media europea (el 40% de los hogares), y en la línea de los países del sur de Europa. 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, según la encuesta, disponen de acceso en la habitación de las chicas y chicos.

De nuevo ésta 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, lo que genera una autonomía que se ha dado en llamar “*bedroom culture*” (cultura de la habitación), y que ya en el ámbito anglosajón planteaba a las y los investigadores la cuestión de la imposibilidad del control parental sobre los tiempos y contenidos audiovisuales.

Cuadro 18. En dónde suelen conectarse chicos y chicas a Internet

	CHICOS	CHICAS	TOTAL
En casa	68,6	69,4	69,0
En mi habitación	46,1	40,6	43,4
En casa de amigos o familiares	15,6	17,4	16,5
Centro de estudios	34,7	43,1	38,9
Aulas o bibliotecas públicas	9,4	11,0	10,2
Cibercafés o locutorios	9,2	8,1	8,7
En el trabajo	7,0	7,6	7,3
OTROS	1,3	0,8	1,0

Por otra parte, las chicas suelen conectarse algo más en casa de amistades y familiares, sobre todo 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 para 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 jóvenes).

Locutorios, cibercafés, bibliotecas, aulas y centros culturales se están convirtiendo en nuevas formas de compartir el ocio, en dónde la necesidad de conexión/comunicación cuando la juventud se encuentra fuera del hogar pone en marcha nuevos usos del tiempo libre. Por ejemplo, en vacaciones o durante los fines de semana en 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 distribución espacial y las relaciones.

Durante la jornada escolar los puntos de conexión públicos en bibliotecas y centros de estudios se integran como una herramienta más de estudio, una función de los servicios culturales y un espacio en el que compartir el tiempo en el que se realizan conexiones virtuales con otras personas, consulta de información y la experiencia misma de su acceso.

De modo que la primera opción en todas las submuestras de jóvenes, es *compatibilizar el acceso en soledad, con el acceso grupal* a Internet, sobre todo en el caso de las chicas en grandes ciudades, la segunda opción conectarse en soledad, y la más residual

hacerlo siempre acompañados, lo que apunta a que el carácter *íntimo y secreto* de buena parte del uso de la red sea ineludible.

Cuadro 19. ¿Sueles conectarte sólo,-a o con amigos para compartir cosas, resolver dudas, etc.?

	CHICOS	CHICAS	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA
TOTAL						
Siempre solo,-a 36,0	41,4	30,4	36,3	35,8	26,6	45,9
Siempre con amigos,-as /compañeros,-as 3,0	2,6	3,4	3,0	3,0	3,8	2,1
A veces solo,-a, a veces con otros,-as 61,0	56,1	66,2	60,7	61,2	69,6	52,0
TOTAL 100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Encontrar centros de reunión de las y los jóvenes españoles de 15 a 25 años, pasa por conocer cuáles son los sitios públicos y privados de acceso a la red, que no excluyen la posibilidad más común de que también se disponga de conexión en el hogar, porque estos espacios dispensan un apoyo presencial, para recabar información sobre la red, resolver dudas, descubrir nuevas Webs, noticias, vídeos, funciones y servicios.

También para que comunicarse, a través de correo o mensajería instantánea (MSN), con personas en cualquier lugar del planeta, sea una experiencia que se comparte con el grupo. Es decir, incidiendo todo ello en la retroalimentación de la función socializadora difusa (no formal) de los iguales y la Red, que describe la cultura juvenil de nuestros días.

En resumen, nuevos estilos de relación, asociación y tiempo libre que a su vez inciden en nuevas formas de exclusión social, 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, “la otra cara de la moneda”, y que se relaciona con los problemas de integración en el grupo de iguales. Por problemas de diversa índole, como ausencia de habilidades sociales, diferencia o una socialización complicada o marginal, la soledad de las personas más jóvenes no parece relacionarse con el tiempo de conexión a Internet como a veces ha querido pesarse, sino más bien ocurre al contrario, que las personas más sociables suelen contar con un uso más intensivo y de calidad para las relaciones y otras funciones.

La soledad a éstas edades, entendida como ausencia de relaciones de calidad, tendría tres facetas, en primer lugar la de aquellas personas jóvenes que sintiéndose fuera del grupo o siendo excluidas por éste no participan de sus usos y por tanto, no emplean la Red para comunicarse con las amistades o por ausencia de estímulos externos. Este es el perfil de las pocas personas que en las entrevistas en profundidad y la encuesta dijeron no usar nunca este medio. En segundo lugar se encuentra aquellas cuya conflictividad en sus relaciones personales y grupales, les llevan a refugiarse en la red y en las relaciones virtuales. Y por último, quienes por consumo compulsivo de la Red y aplicaciones como los chats o videojuegos, van renunciando al tiempo para hacer y estar con las y los amigos. Todas ellas hablan de problemas de todas las épocas, que hoy en día se hacen más acuciantes y no por el uso de los medios, que al contrario pueden aliviar la soledad, sino por la vida en las grandes ciudades: en las que las relaciones personales más laxas consiguen una pérdida de redes sólidas y

afianzamiento de habilidades sociales, un tiempo de ocio más hogareño y sedentario, una existencia menos volcada en compartir momentos y valores con la comunidad, con más distancias y peligro para que los adolescentes compartan espacios en las calles.

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 zonas, 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 a los conocimientos necesarios para la ‘alfabetización’ informática.

Cuadro 20. ¿Por qué no utilizas Internet?

	CHICOS	CHICAS	ADOLESCENTES	JÓVENES	TOTAL
Porque no me interesa	56,5	46,7	46,2	56,0	52,6
Por falta de medios	34,8	40,0	46,2	32,0	36,8
Porque no sé	4,3	13,3	7,7	8,0	7,9
Por miedo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	4,3	0,0	0,0	4,0	2,6

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 del grupo a las que hacemos alusión (“porque no me interesa”).

El problema de medios no sería el de las grandes urbes, y sí entre las y los jóvenes y las chicas de provincias pequeñas, antes que en los adolescentes de ciudades grandes. Lo que apunta al hecho de que las facilidades son mayores en casa de los progenitores, que tras la emancipación o en circunstancias como el paro. El problema de conocimientos es bastante superior en las chicas que en los chicos (13,3· y 4,3% respectivamente), y similar entre jóvenes y adolescentes (8 % y 7,7%).

El miedo a los riesgos que la Red comporta no ha sido en ningún caso problema para el acceso, y sí otro tipo de desigualdades que no necesariamente tienen que ver con razones económicas de provisión de tecnología, sino más bien con otras de índole sociocultural, que inciden en la motivación, el aprendizaje, la distribución del gasto familiar en medios y la percepción de Internet como necesidad, o como todo lo contrario.

Las razones de fondo para el no acceso se confirman con mayor énfasis cuando lo que se pregunta es si se conoce a otras personas que no utilicen Internet habitualmente, en cuyo caso el miedo si aparece como una razón existente aunque subsidiaria (1,5%), la falta de medios tiene un peso específico y se asocia directamente con la imposibilidad de acceder a menudo a través de la conexión en la habitación o disponible en el domicilio (44,8%), y el desconocimiento arroja datos doblemente significativos y similares para todos los grupos (15,4) y superiores a los que los actores reconocen de sí mismos, en especial entre los chicos.

Este hecho se encuentra relacionado con que la maestría en el manejo informático y telemático es un nuevo valor positivo dentro de la asunción social de ‘lo masculino’ entre los jóvenes, y en dónde la falta de destreza o interés puede ser más peyorativo y motivo de exclusión en éstos, que entre las chicas.

Cuadro 21. ¿Conoces personas de tu edad que no lo utilicen habitualmente?

	CHICOS	CHICAS	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA	TOTAL
No	66.2	71.3	62.5	71.5	71.6	65.6	68.7
Si	33.8	28.7	37.5	28.5	28.4	34.4	31.3
Porque no les interesa	37.8	34.4	33.6	37.8	33.5	38.4	36.2
Por falta de medios	42.1	48.1	46.1	44.0	46.2	43.6	44.8
Porque no saben utilizarlo	17.5	13.0	15.6	15.3	15.8	15.1	15.4
Por miedo	1.6	1.3	1.6	1.4	2.5	0.6	1.5
OTROS	1.1	3.2	3.1	1.4	1.9	2.2	2.1

En resumen, puede decirse que la Red es un medio de integración y socialización entre la juventud en el sentido más amplio, en la medida que supone un aprendizaje de papeles y formas de comportarse, de relacionarse en torno a ella y para poder aprender sobre ella, de participación en roles sexuales y valores, problemas y en el tiempo de ocio, posibilitando lazos de acercamiento a los iguales, temas de conversación y sentimientos de pertenencia al grupo de edad y de sexo.

Participar en Internet es adentrarse en la cultura juvenil y en la sociedad de consumo, incluso a edades que se carece de suficiente capacidad económica para la adquisición de muchos productos, y que son simbólicamente accesibles ('mirando qué comprar', 'donde comprarlo', 'por cuánto comprarlo'), o asequibles por medio de la piratería o intercambio.

La otra cara menos halagüeña es que la segregación por falta de medios, acceso a la formación necesaria o por aislamiento de personas o compañías que participen o hagan partícipes de Internet, parecen complicar formas de marginación social preexistentes, como el desempleo, falta de redes sociales. En este sentido, cabe puntualizar que las personas encuestadas y entrevistadas pertenecientes a distintas culturas minoritarias (hijos e hijas inmigrantes latinoamericanos y de países del este), contaban con el acceso en el trabajo y en sus grupos de amistad.

En resumen, estos datos abundan en las conclusiones de estudios anteriores sobre el 'gap digital', en el sentido de que las y los jóvenes educativa y económicamente más privilegiados cuentan con una mayor facilidad para el acceso. Lo que en edades más avanzadas supone una oportunidad a través de las relaciones que se establecen entre ellos, y para los que Internet está siendo un cauce de inserción laboral y grupal.

4.3. Patrones de uso: servicios más empleados

Según el Estudio General de Medios de Mayo de 2008, el uso de Internet entre las y los españoles ha evolucionado de forma exponencial en los últimos diez años. Si en 1997 sólo un 0,9% decía haber usado la Red en el día anterior a la consulta, en mayo de 2008 lo había hecho el 29,9 de la población, es decir, treinta veces más que diez años antes.

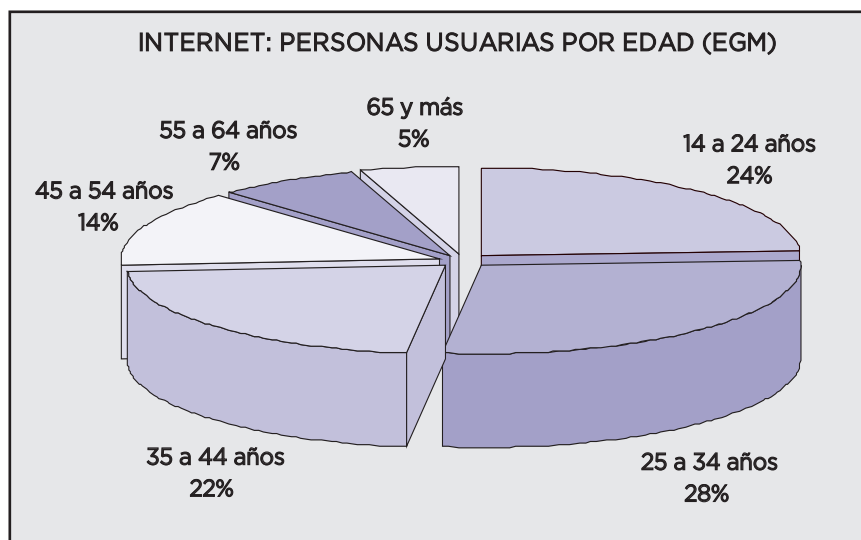
Los jóvenes de 14 a 24 años suponen el 24,1 % de la población usuaria de Internet, una proporción sólo superada por la población de entre 25 a 34 años, con un 27,8 %. Lo que no resulta significativo del interés por dicho medio, dada la magnitud del uso laboral que se hace del mismo a estas edades, que no explica el impacto entre la adolescencia, ya que el

uso del segmento de 14 a 19 años, es mayor que el de 20 a 24 años de edad, con un 12,6, frente a un 11,5.

Un mejor equipamiento telemático de los hogares españoles ha conseguido que, la consulta en casa se haya incrementado del 34% en 1997, hasta el 80% en 2008, y que haya disminuido ostensiblemente en los centros de estudios y las universidades, en donde ha pasado del 22% al 7% para todas las edades; así como en los centros de trabajo, en donde antes accedían el 40% de las y los usuarios, y ahora lo hacen tan sólo del 27%. Todo ello apunta a una privatización del acceso a la red, lo que sin duda habrá de incidir en los patrones de audiencia.

Siguiendo datos procedentes de la 3ª ola de 2006 del Estudio General de Medios, los adolescentes son uno de los grupos de edad que más ha incrementado su acceso a la Red en los últimos 10 años, pasando de ser el 9,3% de la población usuaria, al 15% en dicho año; equipándose con los jóvenes de 20 a 24 años de edad. Esta tónica se ha visto interrumpida por la irrupción que han hecho los grupos de edad más avanzados, “de 55 y más”, en los últimos dos años.

Gráfico III. Impacto de Internet medios todas las edades.



En cuanto al estatus de los usuarios, a tenor de los resultados puede afirmarse que, la gran implantación en lugares públicos y centros educativos hace que la extracción familiar no afecte al uso de la red, aunque sí su disponibilidad en los hogares, facilitando el acceso regular como oportunidad para la información, el establecimiento de redes sociales y las relaciones personales.

Respecto a los patrones de uso de los contenidos de la Red y el perfil de las personas usuarias, la relación de páginas más visitadas (correo, MSN, buscadores, descarga de música) confirma la propia percepción que las y los jóvenes han hecho a grosso modo, sobre qué tipo de contenidos y actividades son las más desarrolladas en su tiempo de conexión (cuadro 5 y 16), así como lo constatado con la observación participante durante el trabajo de campo. Esta aproximación entre la percepción del consumo y los datos objetivos del mismo, evidencia una actitud asumida y consciente de la juventud y adolescen-

cia en su aproximación a la Red, y desde luego, unas pautas de consumo menos automatizadas y emocionales de lo que podría en principio suponerse.

Cuadro 22. ¿Qué tipo de páginas Web son las que visitas con más frecuencia?

	CHICAS	CHICOS	ADOLESCENTES	JÓVENES	TOTAL
Correo electrónico-MSN	68,8	55,9	62,8	62,0	62,3
Información en general	57,8	46,7	39,6	57,9	52,2
Descarga música/películas	51,2	51,1	57,4	48,3	51,2
Relaciones/ comunidades	37,2	32,7	38,7	33,2	34,9
Información para los estudios	41,4	23,5	23,8	36,2	32,3
Descarga de programas	26,5	29,0	29,8	26,9	27,8
Deportivas	6,8	42,6	23,8	25,5	25,0
Turismo/viajes	20,8	14,3	9,2	21,3	17,5
Formación	18,3	11,8	9,2	17,6	15,0
Compra de entradas	14,9	12,7	13,4	14,0	13,8
Juegos on line	6,0	15,6	16,1	8,5	10,9
De sexo	1,7	14,0	9,2	7,3	7,9
Chats	6,4	7,2	8,6	6,0	6,8
Apuestas on line	1,5	2,9	1,8	2,4	2,2
Ninguna en especial	0,9	0,9	0,6	1,1	0,9

Google y buscadores

La función más empleada es la búsqueda de información (Google y otros buscadores), la que por excelencia caracteriza la Internet, 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.

En el pasado una duda, la necesidad de conseguir contenidos culturales determinados, pasaba por el desplazamiento a las bibliotecas, tiendas, videoclubs, enciclopedias familiares, el encuentro de personas cualificadas, etc. En la era de Internet 'a toque de ratón' la información se hace accesible, inmanente, con el obstáculo de tener que contar con las limitaciones propias de la ausencia de los filtros convencionales, lo que puede dar lugar a una excesiva simplificación, inexactitud, falta de rigor, tendenciosidad, inutilidad, etc. ante lo que es posible encontrar soluciones y conocimiento, como perderse o equivocarse.

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 sencillamente, de aquellos redactados por cualquier interlocutor. Algo que lleva a la equiparación en muchos casos, de fuentes 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.

Cuadro 23. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Google, buscadores	96,1	3,9	0,0	97,6	2,4	0,0	97,1
Messenger, skype, ,	92,9	6,3	0,9	90,5	6,9	2,6	91,2
Correo electrónico	79,8	17,3	3,0	91,7	6,6	1,6	88,0

La mensajería instantánea

Por la mayor disponibilidad de tiempo libre y su interactividad, la mensajería instantánea es la aplicación a la que se destina mayor cantidad de tiempo, y la segunda más empleada entre la juventud; mientras las personas de edad más avanzada prefieren el correo electrónico. Asimismo, es una aplicación más utilizada en la adolescencia que en la juventud, y entre las chicas que entre los chicos.

Si como señala el profesor Gordo López (2006:60) 'messenger ha aterrizado' en los ordenadores de más de un 60% del total de las y los usuarios de Internet, del un 70% de éstos en España, para las y los jóvenes es la aplicación mas empleada (en un 91,2% del total de la muestra), en lo que a tiempo de dedicación se refiere.

Cuadro 24. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca
Google, buscadores	97,4	2,6	0,0	96,9	3,1	0,0
Messenger, skype, ,	92,4	5,7	1,9	90,1	7,7	2,2
Correo electrónico	90,2	8,5	1,3	85,8	11,4	2,8

La citada aplicación de Microsoft, la más usada pero no lo única (ICQ, Yahoo, etc.), entraña una aceptación previa para que los contactos accedan a través del ordenador en la intimidad del tiempo de conexión de cada persona usuaria; siendo la dirección de carácter restringido, y cedido en exclusiva aquellas personas de las que se acepta participen del éste ámbito privado. En especial entre las y los adolescentes la mensajería instantánea es muy empleada con las amistades, incluidas aquellas con las que se mantiene un contacto cotidiano, mientras que entre la juventud es más común el uso del teléfono, o de la mensajería con quienes viven lejos o con las que se adquiere contacto a través de la red.

La mensajería instantánea ha sido la principal impulsora, junto con los chats, seguido en segundo lugar del correo electrónico, de lo que se conoce como relaciones virtuales. Permite la posibilidad de una comunicación más directa con personas de mayor confianza o con quienes se espera tenerla (por ejemplo tras una toma de contacto satisfactoria en foros y chats); posibilita la integración de otras aplicaciones, desde el correo electrónico a los procesadores de textos y demás archivos del ordenador personal. Pudiendo estar al mismo tiempo conectados a cualquier otra aplicación de Internet o del Ordenador personal y conversando con los contactos. Todo ello permite la conversación multimedia (con texto y video en ocasiones), simultáneamente a las búsquedas, envíos de archivos de texto, música, presentaciones o vídeos clips.

Puede mantenerse el anonimato del nombre, pero no de la dirección de correo y si se considera oportuno imágenes fotográficas y cámara (webcam), lo que permite un grado de seguridad mayor que los foros abiertos en los que no puede obtenerse ningún tipo de localización que la persona usuaria no dispense.

En resumen, representan la comunicación personalizada frente al anonimato de los chats o la relación más funcional (con asunto) y algo más formal que el correo electrónico, y una vinculación mayor (aunque algo laxa en términos de Bauman) con los 'contactos', clasificados por grupos (familia, amigos, compañeros, otros, etc.). Emplea una forma de lenguaje, símbolos (los emoticonos que son una secuencia de caracteres ASCII o dibujos que en un principio representaba una cara humana y expresan una emoción), rituales y mayor control de los tiempos de ocio de las personas conectadas entre sí, que favorece la intimidad en la Red.

Todas estas facetas han convertido la mensajería instantánea en la aplicación preferida de la adolescencia y la juventud.

El correo electrónico

El correo electrónico es la tercera aplicación más utilizada, y que en primer término desplazó al correo tradicional, con más de 500 años de antigüedad. Su rapidez, seguridad, simplicidad y deslocalización de buzones (que no requiere un domicilio, ni las gestiones administrativas para dar de alta un destinatario), 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 para sus comunicaciones. También han dotado éstas de unas mayores posibilidades de retroalimentación con las administraciones, educadores y organizaciones de toda índole.

El correo electrónico 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 (90,2% y 85,8% respectivamente).

Descarga de música, vídeos y software

Esta utilidad puede incurrir en un delito contra la propiedad intelectual, protegida legalmente por el Código Penal español y que incluye programas de ordenador, archivos e imágenes, gráficos, videos, sonidos, animaciones, etc. que también se protege las bases de datos a las que se acceden por Internet.

Ciertas modalidades de descarga, como el intercambio de archivos no lucrativo entre usuarios, con programas como e'mule, 'navegan' en un ámbito más ambiguo, pero asimismo penalizado en cuanto incurren en la distribución ilegal de productos culturales. En cualquiera de los casos, el envío e intercambio de contenidos constituyen una nueva forma de interacción entre sujetos y articulación de redes sociales de interacción simbólica, que se manifiesta como un hecho generalizado entre la juventud y que está obligando a las industrias culturales a la búsqueda de soluciones para su supervivencia.

La descarga de programas puede realizarse previo pago, de forma gratuita o, incurriendo en lo que se ha dado en llamar Craking, que es una conducta consistente en la vulneración de las protecciones de los programas informáticos a fin de que puedan ser copiados de forma masiva (Cremades, 2001:212). Los programas que han sido 'crakeados' se distribuyen posteriormente en Internet en sitios piratas y es una forma de ciberdelincuencia muy extendida, que se apoya en la impunidad del carácter, generalmente privado de su uso.

Cuadro 25. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Descarga música y videos (emule, youtube)	76,2	16,7	7,1	71,0	17,6	11,4	72,6
Descargas software	47,9	36,9	15,2	52,4	37,7	9,9	51,0

Además, a través de la red es posible conseguir información sobre aplicaciones informáticas, resolver problemas informáticos en foros y chats específicos, adiestrarse en su uso a través de cursos de autoinstrucción y las ayudas de los propios programas, comparar prestaciones y precios tanto de productos de software como de hardware, etc. Es decir, proporciona unas facilidades para la cualificación de 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 la posibilidades de pagar instalaciones, manteniendo y cursos de informática. Estas facilidades que dispensa la Red están consiguiendo que la adolescencia y la juventud, con una curiosidad propia, se encuentren más aventajados en conocimientos informáticos que el resto de la población.

Cuadro 26. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca
Descarga música y videos (emule, youtube)	66,9	20,8	12,3	78,1	14,0	7,9
Descargas software	43,9	42,0	14,2	57,9	33,1	9,0

Analizando estas tareas entre grupos de edad y sexo, puede comprobarse que, las descargas de música y vídeos son más empleados en la adolescencia y el software entre la juventud; y más los chicos, que las chicas en ambos casos. El sistema MP3 ha permitido comprimir obras musicales y filmes, que de otro modo ocuparían mucho espacio, y que al margen de las implicaciones legales o de las adaptaciones que puedan hacer empresas y distribuidoras (como la asociación entre el grupo multimedia alemán Bertelsman y el portal Napster que legaliza la situación comprando licencias de autor), está dando lugar a que las personas jóvenes sean grandes consumidores de música y cine, incrementando su cultura.

Por otra parte, es ésta una de las utilidades de Internet que más satisface a la juventud, por el acceso gratuito y más cómodo al mundo audiovisual en el que se inserta la cultura de las nuevas generaciones, con unas pautas de consumo asociadas a las relaciones personales (intercambio, comunicarse, enseñarse), pero desarrolladas de manera individual y no presencial: ya no hace falta reunirse para escuchar música, comprar álbumes, vídeos o programas informáticos. En cambio estas experiencias grupales que en el pasado resumían la actividad 'ir a casa de las y los amigos' se realizan en mayor medida de forma diferida, y cuando se establecen, cuando se visita la casa de las amistades, todas ellas se concentran en el hecho de "abrir el ordenador" y compartir nuevos hallazgos en la Red.

Si en el pasado se accedía a las influencias culturales a través de los grupos de amistades y en menor medida la televisión, ahora las fuentes se multiplican a través de la Red, en

la que se abren nuevas e infinitas vías que multiplican las posibilidades de contactar con personas y contenidos.

Relaciones sociales en la red

Uno de los cauces fundamentales para establecer relaciones personales y profesionales son las redes sociales, que dispensan múltiples oportunidades de integración, para compartir el ocio y actividades profesionales. Son una de los servicios que ofrece la Red que ha ido ganando más puestos en los últimos años, y que parte de este mismo concepto sociológico, pero con un ‘modus operandi’ en el es más delibera la intención de interactuar con personas afines con un fin concreto y la voluntad de conocer personas con necesidades similares para potenciar los recursos mutuos.

Cuadro 27. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Redes sociales tuenti, Xing, etc.	41,4	28,9	29,8	52,1	18,6	29,3	48,7
Redactando y visitando Blogs, my space...	36,3	34,8	28,9	29,2	41,2	29,6	31,4
Chats – foros	19,0	51,2	29,8	13,2	54,7	32,2	15,0
Juegos sociales: second life, world war	16,4	24,1	59,5	6,6	20,2	73,1	9,7
Portales de amor y encuentros	1,5	18,2	80,4	1,4	15,6	83,0	1,4

Las redes sociales responden a una sociedad en la que el individualismo y el aislamiento (incluido el que propician las propias comunicaciones que conectan pero no nos vinculan afectiva y emocionalmente) exigen nuevos cauces de conocimiento, asociación y relación. En ellas se interactúa con personas aunque no se conozcan, construyendo redes dentro de un sistema abierto.

Dichas 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 visibilidad, presentación, expresión personal y asociación (*My space*), de descubrimiento, toma de contacto, encuentro, cambio de impresiones, amistad, lígüe (chats y foro, portales de amor), y más recientemente, de ‘videojuegos’ de mayor complejidad que terminan siendo relaciones sociales y una realidad virtual paralela a la vida cotidiana (juegos sociales como *Second Life*).

Second Life es la máxima representación de cómo el mundo virtual puede intentar compensar la frustración cotidiana ofreciendo en su juego la vida, el cuerpo, la personalidad y relaciones de las que no se disponen. Es uno de los diversos mundos virtuales inspirados en la novela de ciencia ficción “Snow Crash”, de Neal Stephenson y el movimiento literario “Cyberpunk”. Se trata de un mundo creado por sus usuarios en el que la gente puede interactuar, jugar, comunicarse y también hacer negocios, “pues la manera en como se realizan negocios con la moneda *Linden Dólar* (Linden o \$L) es de manera abierta y es libre a las interacciones del mercado”. Esta moneda es intercambiable al mundo real, por lo que muchos residentes de él toman esta red social muy en serio, convirtiéndolo en su

sustento. 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.

Cuadro 28. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Redes sociales:						
tuenti Xing, etc.	53,9	18,1	28,0	43,8	25,4	30,9
Redactando y visitando						
Blogs, paginas, my space	36,1	35,9	28,0	26,8	42,4	30,7
Chats - foros	11,7	53,3	35,0	18,2	53,4	27,9
Juegos sociales:						
second life, world war	3,8	14,6	81,7	15,4	28,1	56,4
Portales de amor y encuentros	0,9	13,8	85,3	1,8	18,9	79,2

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.

Permite asimismo, a la y el usuario crear su propio perfil, subir fotos y videos y contactar con amistades. Además, tiene otras muchas posibilidades como crear eventos, etiquetar personas conocidas en fotos; siguiendo datos de la enciclopedia hegemónica en la Red "Wikipedia" (anunciada como la enciclopedia libre de Internet), Tuenti es uno de los sitios más visitados en España. Fue creada en 2006 para universitarios, pero en la actualidad permite su acceso, previa invitación de un miembro a personas que no lo son. Se calcula que cuenta con más de tres millones de miembros en toda España; tiene sistemas para encontrar personas que hace tiempo no se ven por edad, provincia, centro de estudios, etc. y cada semana se ingresan 8000 nuevos usuarios y usuarias, con alrededor de dos horas de conexión, 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 éxito entra la juventud (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, que sin duda es una buena práctica para incentivar la expresión escrita, la participación política y el asociacionismo.

Por último, existen redes sociales cuya finalidad principal es el encuentro de pareja, como meetic o match entre otras muchas, pero que se analiza en un apartado posterior.

Promoción laboral

Las aplicaciones para el acceso y promoción del empleo son unas de las que con mayor frecuencia visitan la adolescencia y juventud en Internet. Entre estas han sido incluidas para su estudio, aquellas que dentro de lo que habitualmente se considera 'capi-

tal humano', favorecen la inserción laboral, como son la búsqueda y realización de cursos de formación, el acceso a bolsas de trabajos y becas y aquellas, como las redes sociales que, con una vocación profesional, como Xing o Tuenti, incrementan el capital social de los individuos y por tanto 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.

Cuadro 29. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Redes sociales:							
Tuenti, Xing, etc.	41,4	28,9	29,8	52,1	18,6	29,3	48,7
Bolsa de trabajo y becas	6,0	26,5	67,6	28,5	36,9	34,6	21,4
Cursos: búsqueda	11,3	25,6	63,1	19,5	44,6	35,8	17,8
Cursos: realización	7,7	17,9	74,4	12,5	29,2	58,3	11,0

Las diferencias entre ambos sexos son importantes excepto en la realización de cursos, con diez puntos porcentuales por encima las chicas de los chicos en redes sociales, bolsas de trabajo y becas. Lo que puede inducir a pensar que en lo referente a la promoción laboral se produce una mayor predisposición de éstas a emplear este medio.

Cuadro 30. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Redes sociales:						
tuenti, Xing, etc.	53,9	18,1	28,0	43,8	25,4	30,9
Bolsa de trabajo y becas	26,3	31,9	41,8	16,7	35,3	18,0
Cursos: búsqueda	20,2	37,2	42,5	13,8	40,1	46,1
Cursos: realización	11,9	25,3	62,8	10,1	25,9	64,0

Actividades educativas

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) ya se ha desprendido del patrón de uso eminentemente lúdico del que se hace mención a edades inferiores en distintos estudios: Soeters &Van Schaik, 2006, Yahoo LiderDigita.com, 2006. Garitaonandía, 2007, etc.

Cuadro 31. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Descargas libros y apuntes	24,4	40,5	35,1	38,5	41,8	19,7	34,1
Bibliotecas y bases documentales	17,0	32,1	50,9	25,0	44,1	30,9	22,5
Cursos: búsqueda	11,3	25,6	63,1	19,5	44,6	35,8	17,8
Cursos: realización	7,7	17,9	74,4	12,5	29,2	58,3	11,0

La fina línea que separa, lo que es educación, formación y aprendizaje, hace que sea difícil poder estimar otras muchas aplicaciones que son empleadas habitualmente con fines didácticos, como por ejemplo la búsqueda en enciclopedias de la red, o la mera consulta en buscadores como ayuda al estudio, y que ya han quedado incorporadas al proceso de trabajo de las y los estudiantes actuales.

Un potencial de conocimiento de acceso al conocimiento inmediato, al aprendizaje 'a la carta' y por primera vez, seguramente muchos siglos que se produce una revolución semejante en la tarea de los alumnos, del que sin duda todavía queda mucho por esperar. Al potencial del cerebro humano, ahora se une el del ordenador con todas sus funciones (elaboración, almacenamiento, búsqueda, etc.), y a éste a su vez el de la Red que multiplica hasta el infinito otras tantas funciones en permanente proceso de innovación.

Cuadro 32. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Descargas libros y apuntes	36,1	43,9	20,0	32,2	39,0	28,9
Bibliotecas y bases documentales	27,2	38,8	34,0	17,8	41,9	40,3
Cursos: búsqueda	20,2	37,2	42,5	13,8	40,1	46,1
Cursos: realización	11,9	25,3	62,8	10,1	25,9	64,0

Pero si la adolescencia y juventud a incorporado Internet como 'medio de consulta', todavía queda algo de camino para que, como recoge el artículo 126 del Tratado de Maastricht, y la posterior Declaración de Bolonia (realizada por los Ministros europeos de Educación reunidos en Bolonia el 19 de junio de 1999) la promoción de la educación a distancia como prioridad de la Unión Europea sea un hecho, con sólo un 10% de jóvenes y adolescentes que realizan a menudo cursos de formación en la red, y un 25% que los ha visitado alguna vez.

El paso de la lectura en soporte papel al electrónico, que ésta se entienda como una labor más solitaria que grupal y que los sistemas de enseñanza asistida por ordenador se encuentren todavía en proceso de adaptación y mejora, seguramente tienen mucho que ver en el uso de cursos y libros a través de la Red.

Lo que sí parece que está siendo ya un hecho que puede constatarse es el acceso y uso a medios de comunicación.

Web de medios

En la actualidad son muchas las emisoras de radio que transmiten a través de la Red, algunas de ellas han nacido y permanecen únicamente en este ámbito, permitiendo en algunos casos la “radio bajo demanda”, donde el usuario puede consultar la programación de la cadena o auto-programarse la oferta de radio. Con ello se ha creado una nueva forma de hacer periodismo radiofónico; más innovadora e interactiva que las convencionales, permitiendo mayor grado de participación en los espacios y en la programación, lo que repercute en la ‘frescura de sus contenidos’, combinando correo electrónico, micrófono abierto o chat-voz; permite asimismo un audio perdurable (fonoteca) preparado para la telecarga, la efímera (para un corto plazo de tiempo) o en directo (Peñafiel, 2005:211).

Cuadro 33. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Web musicales	43,8	35,4	20,8	37,0	44,1	18,9	39,1
Periódicos y revistas	25,6	31,8	42,6	38,5	39,5	22,0	34,5
Web deportivas	29,5	26,5	44,0	28,6	26,1	45,3	28,9
Radios	11,9	33,0	55,1	18,0	41,7	40,3	16,1

La mayor parte de las cadenas de televisión tienen su sitio con páginas Web que sirven como espacio para una mayor retroalimentación comunicativa entre las y los profesionales y el público y la participación la audiencia; algo similar sucede con las publicaciones periódicas, en especial las juveniles que cada vez van contando con páginas Web más sofisticadas. Los medios en la Red y sus sitios Web tienen aún mayor acogida entre el público más joven.

Entre la juventud las páginas más visitas suelen ser, como ya se ha visto las revistas femeninas y juveniles por parte de las chicas, las Web deportivas por parte de los chicos y las musicales por parte de ambos, como puede observarse en el siguiente cuadro.

Cuadro 34. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Web musicales	35,9	45,9	18,1	42,3	36,9	20,8
Periódicos y revistas	24,2	42,7	33,1	44,5	31,6	23,9
Radios	14,6	37,8	47,6	17,6	40,1	42,3
Web deportivas	9,8	23,1	67,1	47,4	29,2	23,3

Por último, es un fenómeno en plena expansión la proliferación de páginas Webs y Blogs de distintos organismos y particulares que con su información noticiosa, la opi-

nión y siendo actualizados hacen de la red un Medio de medios, y en el sentido más amplio. Dando asimismo la posibilidad de que los joven accedan sin mediación a la opinión pública.

Compras de tecnología, juegos y otros

Las compras y el juego a través de Internet suelen realizarse fundamentalmente por motivos de comodidad, precio, rapidez y la accesibilidad de ciertos productos, según estudios de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE, 2001). Como es lógico a edades más tempranas el precio y la accesibilidad, son las razones más importantes, que por ejemplo la rapidez o la comodidad, pero además, la confianza y dominio en Internet como Medio conocido también tiene mucho que ver con la incursión de la juventud en el mundo de las compras en la Red.

No obstante, hay que recalcar que más que las compras en sí mismas, lo que más responde al patrón de uso de la juventud es la idea de búsqueda, comparación y adquisición de 'oportunidades' en productos específicos, reproduciendo la experiencia placentera del 'shopping' desde la intimidad del hogar. De ahí el fenómeno la penetración del fenómeno "e'Bay", empresa que ha empleado la potencialidad de la Red para la compraventa y subasta de todo tipo de objetos. EBay es una red de subastas por Internet, la mayor que existe por el momento y líder en este mercado.

Cualquier persona puede registrarse en el sitio de eBay y comprar o vender cualquier artículo (agrupados por categorías) bajo distintas formas de compra-venta: como la subasta, compra inmediata (si el comprador está dispuesto a pagar el precio del vendedor) y anuncio clasificado. El vendedor puede establecer la forma de pago y eBay cobra una comisión en proporción al precio final, a la persona vendedora en caso de venta.

Esta modalidad es fundamentalmente empleada por la juventud, abundando por esta misma razón los artículos propios de ésta (productos culturales, moda y complementos en conexión con distintas subculturas musicales: hip-hop, rock, metal sinfónico, etc.), no obstante, de todas las páginas visitadas en la Red éste tipo de páginas es todavía minoritaria entre la juventud (con un 10%), siendo algo más visitada entre los chicos de más edad.

En resumen, puede decirse que 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 se tratan de una actividad con mínimas simpatías entre la juventud internauta, contestando que recurren a ellas "habitualmente" sólo un 3,6% de toda la muestra y no lo hace "nunca" un 52%.

Cuadro 35. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Juegos y videojuegos	40,2	35,7	24,1	18,9	41,5	39,6	25,5
Compañías móviles	8,9	32,7	58,3	13,2	41,2	45,6	11,8
Proveedores tecnología	6,3	20,8	72,9	9,9	33,2	56,9	8,8
Compraventa: ebay	8,3	22,9	68,8	11,3	31,5	57,3	10,3
Juegos de azar	6,5	17,9	75,6	6,2	20,1	73,7	6,3

Una percepción contraria a lo que ocurre con los juegos y videojuegos, que sobre todo en el caso de los adolescentes y cuando es de forma gratuita son bastante valorados y utilizados, 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 %; confir-

mando éste último dato, el perfil sexuado y a veces sexista de este tipo de producto, como confirman investigaciones anteriores (ver la de Diez Gutiérrez para el CIDE).

Cuadro 36. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Juegos y videojuegos	14,2	36,5	49,3	36,6	42,8	20,6
Compañías móviles	12,1	37,4	50,5	11,6	39,7	48,7
Compraventa: ebay	7,0	23,1	69,9	13,6	34,4	52,0
Proveedores tecnología	5,1	22,5	72,4	12,3	36,0	51,7
Juegos de azar	4,0	13,8	82,2	8,6	24,8	66,5

Las compañías de móviles cuentan también con cierta incidencia en la red entre los jóvenes (el 12,1 % de las chicas y el 11,6% de los chicos los emplean “a menudo”). No obstante, y pese a lo que resultaría esperable derivado de la normalización del móvil entre la juventud y de ser ambos medios los preferidos a éstas edades, esta cifra por ahora, no refleja suficiente interrelación entre ambos medios; como tampoco el uso de Internet a través del teléfono móvil.

Por otra parte, los sitios de proveedores de tecnología, incluida el hardware y el software necesario para el acceso a Internet, también cuentan con un índice de acceso muy bajo (5,1% en las chicas y un 12,3% en los chicos).

Algo parecido ocurre con los juegos de azar a través de la Red, que no son de la predilección de la juventud, a pesar del carácter eminentemente lúdico del uso que se hace de Internet; Las Web de juegos de azar a través de la red, son visitadas por un 4% de las chicas y un 8,6 % de los chicos, y de éstas un 82% nunca las han visitado.

Todo esto apunta a una menor popularidad de las páginas que comportan desembolso económico, y lo que es más importante, de unos patrones de uso muy claros en los que se reafirman ciertas actividades de culto de carácter independiente (como el intercambio de música y el uso en red de juegos interactivos), y tienen una menor penetración otras, a pesar de ser intensamente promocionadas: como la recarga de móviles, consulta de saldo, venta de tecnología, venta de libros, casinos y apuestas en línea o acceso a Internet a través de teléfono móvil.

Sexualidad

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.

Cuadro 37. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	ADOLESCENTES			JOVENES			TOTAL
	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo	Alguna vez	Nunca	A menudo
Web eróticas	13,4	19,9	66,7	10,9	24,7	64,5	11,6
Información sexual	9,2	21,1	69,6	8,3	33,9	57,8	8,6
Portales de amor y encuentros	1,5	18,2	80,4	1,4	15,6	83,0	1,4
Chats - foros	19,0	51,2	29,8	13,2	54,7	32,2	15,0

Por otra parte, en una sociedad de consumo y secularizada, ni que decir tiene que Internet que se adentra en la intimidad personal y en los miedos, deseos y represiones, ha sido y es un medio, en el que la sexualidad como fin último ocupa 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 empleados, para la búsqueda de cybersexo o citas con este contenido, razón por la que también se han incluido y se analizarán en este apartado, antes que en de Redes Sociales. 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.

Tal y como anticipara Bell, la sociedad de contemporánea: “La moralidad de la diversión, en consecuencia, reemplaza a la “moralidad de la bondad”, que exaltaba el freno a los impulsos. No divertirse es un motivo para el autoexamen: “¿qué será lo que me pasa?” Como observa el Dr. Wolfenstein: “Mientras que antaño la gratificación de los impulsos prohibidos despertaba sentimientos de culpa, ahora el no lograr divertirse disminuye la propia estima” (Bell,96:77).

Y prosigue este autor: “La moral de la diversión, en la mayoría de los casos, se centra en el sexo (...) El mundo del hedonismo es el mundo de la moda, la fotografía, la propaganda, la televisión y los viajes. Es un mundo de simulación en el que se vive para las expectativas, para lo que vendrá más que para lo que es. Y debe venir sin esfuerzo. No es casual que la nueva revista exitosa de la década anterior se titulase Playboy y que su éxito –una circulación de 6 millones en 1970– se debiera en gran medida a que estimulara las fantasías de proezas sexuales masculinas. Si el sexo es, como escribió Max Lerner, la última frontera de la vida norteamericana, entonces el motivo de la realización en una sociedad exitista halla su culminación en el sexo. En los decenios de 1950 y 1960, el culto del orgasmo sucedió al culto de la riqueza como pasión básica de la vida norteamericana” (96:77).

Reflejo de la ideología circundante, La Red exhibe una presencia excesiva de un sexo compulsivo y unas confesiones que también lo son, y que generan una falsa intimidad, en la que como añade Hirigoyen (2008:112): “hay que decírselo todo y muy pronto; cuanto menos se conoce al otro, más confidencias se le hacen”, todo lo cual ahuyenta el fantasma del aislamiento y la soledad existencia, que la propia sociedad individualista de consumo genera.

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, también para el acceso a pornografía; se ha detectado durante el trabajo de campo y constatado en la encuesta que, éste tipo de conductas antes descritas no coinciden con las de las personas más jóvenes. Es decir, 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 Marie-France Iri-goyen en su libro “Las nuevas soledades”, son conductas más propias de las personas adultas con menos tiempo y posibilidades para entablar amistades sólidas, amoríos y conocer personas.

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. Las Web de pornografía y erotismo son bastante más visitadas 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.

Chats y foros son las páginas más visitadas pero de una forma más eventual, que 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.

Cuadro 38. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas?

	CHICAS			CHICOS		
	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Información sexual	3,8	20,6	75,6	13,2	39,0	47,8
Portales de amor y encuentros	0,9	13,8	85,3	1,8	18,9	79,2
Web eróticas	1,7	7,0	91,3	21,3	39,0	39,7
Chats - foros	11,7	53,3	35,0	18,2	53,4	27,9

Al margen de las dificultades culturales para que las personas, especialmente jóvenes, hablen de aspectos relacionados con su intimidad y que estas cifras en lo que concierne a “las páginas eróticas” pudieran ser algo superiores, es un hecho contrastado que la multitud de páginas, funciones y oportunidades que la juventud encuentra en la Web, desmiente lo que sus detractores consideran un riesgo real de monopolización de su uso entorno al juego o el sexo compulsivo, al menos por parte de la juventud.

4.4. Oportunidades para la comunicación, el ocio y el empleo

Resulta de gran interés comprobar como las personas jóvenes han integrado Internet en sus vidas, mucho más allá de las funciones recreativas con las que tal relación suele asociarse, y a las que se añaden otras como son la información, integración/socialización y el acceso a industria cultural; pero mucho más sorprende comprobar el gran interés que tiene el Medio en el acceso y promoción del empleo juvenil. La tercera función (con un porcentaje del 46,4% de las y los encuestados) que consideran más importante las y los propios jóvenes, después de la de comunicación global y la información ilimitada.

Que la comunicación global sea la primera oportunidad que consideran les propicia Internet, evidencia tres aspectos muy importantes para entender la juventud de nuestros días. En primer lugar y en orden al tema que nos ocupa, que ésta ha sintonizado a la perfección con el espíritu de Internet como medio de comunicación, también conocida como “Red de redes”; 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 la integración en una economía y unos mercados mundializados; y en tercer lugar, y al entender del equipo 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 educación.

Cuadro 39. ¿Qué oportunidades crees que puede propiciar el acceso a Internet?

	CHICOS	CHICAS	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA	TOTAL
1. Comunicación con todo el mundo	65,4	68,1	66,7	66,8	81,5	51,1	66,7
2. Información sin límites	61,2	61,1	53,9	64,5	68,5	53,4	61,1
3. Encontrar trabajo	46,0	46,9	35,7	10,3	70,8	20,5	46,4
4. Diversión	43,9	41,4	45,2	41,5	66,3	17,7	42,7
5. Relacionarse sin límites	37,1	36,3	41,4	34,6	48,9	23,8	36,7
6. Oportunidades para dar tu opinión	18,2	18,9	17,6	19,0	34,6	1,5	18,5
7. Participar-sentirse parte de algo	12,5	9,3	12,2	3,5	20,3	1,0	10,9
8. Cibersexo	11,8	5,7	8,0	51,3	6,3	0,8	8,8
9. Privacidad	9,4	7,6	9,8	7,9	14,7	1,9	8,5
10. OTROS	2,4	3,0	0,9	0,8	3,1	2,3	2,7
11. Ninguna	0,6	0,9	0,6	9,1	1,1	0,4	0,7

Una información cuyo principal peligro es que su veracidad se vea sofocada por intereses y una utilización mal sana de la Red, como también por efecto del desbordamiento cognitivo que tiene como consecuencia la incapacidad de asimilación o para la elección de la más adecuada, todo lo cual hace alusión a la trascendencia que tiene que dicho medio sea integrado en el sistema educativo y como parte de la metodología docente de las y los educadores. Un ejercicio pedagógico que ahonda tanto en la importancia de mantener un criterio propio, como de dispensar a la juventud de las herramientas para saber buscar y discriminar.

En este sentido la acogida de la mensajería instantánea, que depara una gran ventaja para el aprendizaje cooperativo dentro y fuera del aula, se erige en otra importante oportunidad a tener en cuenta, en conexión con el desarrollo de nuevos modelos pedagógicos preconizados por la nueva integración europea de los estudios universitarios. El aprendizaje cooperativo es definido por Hiltz y Turoff, (1993), como el que enfatiza el grupo o los esfuerzos colaborativos entre profesores y estudiantes, y destaca la participación activa entre ambos. El conocimiento es visto como un constructo social, y por tanto el proceso educativo es facilitado por la interacción social en un entorno que la facilita, así como, la evaluación y el trabajo entre iguales.

Al igual que ocurre en el aula, en la cual la educación no se produce estrictamente entre sus cuatro paredes, sino que incluye las bibliotecas, los despachos de tutorías, las cafeterías y el trabajo individual o en equipo en los domicilios o residencias de estudiantes y en un conjunto de actividades, Internet integra todos estos espacios más allá de la idea de lo que se ha dado en llamar 'aula virtual' (virtual classroom).

Las Universidades están desplegando plataformas virtuales con éste fin, y no sólo bajo la idea tradicional de enseñanza a distancia, lo que potencia el servicio al alumnado y a la propia organización académica. Todas estas oportunidades responden a los anhelos de inclusión y participación que manifiestan los jóvenes de hoy en día, cuando en las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión y posteriormente en la encuesta apuntan

en un 66 %, como interés principal “relacionarse sin límites”, “dar su opinión” y “participar-sentirse parte de algo”.

Sin embargo, la cyberdemocracia augurada por las primeras personas que teorizaron con una actitud más apologista sobre Internet, parece estar lejos de las posibilidades actuales, a juzgar por las limitaciones culturales y ‘de facto’ del ‘voto electrónico’, pero si se detectan dos tendencias positivas en éste sentido. En primer lugar las derivadas de la comunicación bidireccional entre administraciones, partidos y agentes sociales, y la juventud; en segundo lugar, por el interés que ésta manifiesta en que la Red sea el canal privilegiado para ‘dar su opinión’ y ‘sentirse parte de algo’ (el 18,5% y 10,9% respectivamente de las personas encuestadas consideraron está posibilidad), que en estos momentos se plasma sobre todo, en la comunicación fluida sobre temas de voluntariado y cooperación internacional.

Nada menos que un 66, 7% de toda la muestra estima que es “la comunicación con todo el mundo” la principal oportunidad que ofrece Internet, función que asociada a las dos siguientes utilidades más contestadas (“relacionarse sin límites”, “dar su opinión” y “participar-sentirse parte de algo”), nos aproximan a uno de los fenómenos que más se ha visto reforzado con la participación juvenil a través de Internet: las redes de voluntariado.

La Red es sin duda alguna el principal canal de acceso de las ONGS para el reclutamiento de voluntarios, y a través de sus portales, la manera en que las y los jóvenes encuentran una fórmula sencilla y flexible de participación. Así las personas entrevistadas no sólo reconocían este medio como el empleado para decidir la naturaleza y de su voluntariado en una u otra labor y organización humanitaria, sino además de conocer las distintas problemáticas de derechos humanos de forma directa, y de ponerse en contacto con aquellas de sus áreas geográficas que de otro modo les hubiese sido más complicado. *“Siempre quise ser voluntario, pero no sabía cómo y me daba vergüenza acercarme a preguntar sin conocer a nadie, así que entré en Internet en las guías de ONGS, encontré la que más me gustaba y mandé un mail a la sede que estaba más cerca de mi casa, a partir de entonces todo fue muy fácil, y también para mis amigos, que se han incorporado recientemente y nos pasamos las fiestas del pueblo trabajando con las urgencias pero todos juntos”* (Joven de 20 años de Navarra).

La clasificación de ONGS según intereses abarcan temas como: asistencia a enfermos y colectivos marginados, comercio justo, educación para el desarrollo, inmigración, salud, discapacidad, apadrinamiento, medio ambiente, tercera edad, cooperación internacional, drogodependencias, ayuda humanitaria, defensa de los derechos humanos, defensa de los animales...

Por lo que respecta a las distintas administraciones, éstas han encontrado en la Red el canal ideal para su relación con la juventud, y en sus respectivos portales, así como los de partidos y medios de comunicación, son el lugar privilegiado para la información y mantener un feed back permanente del que antes se carecía. Si bien este tipo de páginas no se encuentran entre las más visitadas, su estilo, información y los foros en los que generalmente participan personas jóvenes, están dando lugar a una relación cada vez más dinámica entre ambas partes. Van desde las propias páginas Web de los Teléfonos de Atención al Menor, las Web de los secciones juveniles de los respectivos partidos con el apartado “Escríbenos”, en la páginas de las Juventudes Socialistas, “foros” y ‘contacta’ en la Web del Partido Popular y en el de Nuevas Generaciones, o en el de la Juventud en Izquierda Unida. Es también el caso de las páginas específicas de las administraciones para todo tipo de servicios destinados a jóvenes, como educación, prevención e incluso ocio, y a veces aunando varias funciones, por ejemplo, cuando el Ayuntamiento de Cala-

horra, en La Rioja emplea una Web para fletar autobuses para las fiestas de la zona, y así evitar que la juventud conduzca después de ingerir alcohol.

Nunca con anterioridad fue tan fácil la movilización de miles de jóvenes para todo tipo de convocatorias y con información actualizada de la situación de las mismas (cancelación, cambio de accesos, indumentaria, programas, servicios dispensados). Todo ello está dando lugar a nuevos fenómenos culturales, como son la proliferación de macroconciertos, concentraciones deportivas, exposiciones, nuevas rutas de peregrinación o seglares (por ejemplo las marchas literarias), ferias de todo orden y festivales de libros, y todo ello a escala internacional.

Son acontecimientos que pueden ser comentados en foros, blogs, páginas Web casi en tiempo real, dando unicidad a las acciones y los estilos de determinadas subculturas juveniles y continuidad a las relaciones que a partir de éstas se generan: automovilistas, motoristas, senderismo y de distintos deportes de aventura, rock, metal y otros estilos musicales, deportes universitarios, club de fans, estudiantes de Erasmus, amigos de un pueblo o de cualquier causa, etc.

Unicidad cultural que puede alcanzar el lenguaje, la vestimenta, complementos (con páginas de intercambio y compra-venta), puntos geográficos de culto y encuentro, y que se asocian con formas determinadas de entender y compartir el tiempo libre e incrementan las facilidades para la movilidad y la asociación; dos aspectos que resultan fundamentales cuando se trata por ejemplo, de grupos con movilidad reducida, discapacidad o enfermedades concretas que propician el aislamiento, y que a través de la Red pueden entrar en contacto con personas afines y servicios para el ocio y el empleo.

De nuevo Internet se muestra una oportunidad para la empleabilidad de la juventud en lo concerniente al incremento de su capital social por facilitar el acceso a la información de las administraciones públicas, las empresas de intermediación laboral, las compañías que ofrecen becas, vacantes de empleo, convocatorias, etc. Así como los organismos para el desarrollo local, y tener mayor capacidad de adaptación a la demanda de empleo en la lógica de gran especialización, flexibilidad y alta movilidad geográfica de los actuales mercados de trabajo.

El concepto 'capital social' ha sido recientemente introducido desde distintas disciplinas, como la sociología, la historia económica, las ciencias políticas o la economía, y por ello, cuenta con una pluralidad de definiciones, de las que pueden destacarse los términos asociados a éste y más comunes y en mayor medida consensuados por los principales autores, como son: redes sociales, acción colectiva, estructura social y confianza.

Así el sociólogo Pierre Bourdieu en 1985 definía capital social como las "redes permanentes y la pertenencia a un grupo que aseguran a sus miembros un conjunto de recursos actuales o potenciales". Desde la sociología de la educación James Coleman (1988), consideró el mismo como "Los aspectos de la estructura social que facilitan ciertas acciones comunes de los agentes dentro de la estructura"; y posteriormente, Robert Putnam (1993, 1996) desde las ciencias políticas, como "los aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo (desarrollo y democracia)".

En resumen, hablar de capital social es hacer referencia a "los recursos -obligaciones de reciprocidad e información- derivados de la pertenencia a redes sociales". (Herreros, 2002)-, y que, como tal, resulta ser un indicador del dinamismo de un entorno socio-institucional, en tanto explica como coadyuvan las fuerzas sociales al desarrollo económico.

La diferencia por tanto, es que el concepto de capital humano se centraba en los individuos, y en su valor presente y potencial en función de la educación, la formación, y

según algunos autores como Blaug (1976: 829), también en factores como la emigración, la sanidad y la frecuencia en la búsqueda de trabajo, caracterizadas todas ellas que favorecen la empleabilidad y con ello el crecimiento personal y comunitario. El Capital Social en cambio, tal y como lo entienden Narayan y Pritchett (2000), estudia “cierta agregación de las relaciones entre nodos’ (asociación), formados por individuos y sus agrupaciones (sociedad civil), empresas y sus organizaciones (sector privado) u organizaciones y administraciones públicas (sector público). Consideraciones a tener en cuenta para poner de manifiesto la trascendencia las funciones de Internet en el desarrollo de ese capital social juvenil, tanto del lado de los jóvenes como trabajadores, como de las administraciones para maximizar las oportunidades de atribución de la mano de obra y su inserción en las mejores condiciones.

Así Randall Collins (1968:131) en esta línea, comprobó que los requerimientos educativos exigidos para muchas ocupaciones se habían incrementado de forma injustificada, consiguiendo así el monopolio de los puestos más cualificados por parte de los grupos de mayor estatus, en donde la educación es una marca de pertenencia al grupo social, como argumentaba Braverman (1974:293). Es decir, mientras se han ido incrementando las exigencias de capital formativo para el empleo, éste ha ido perdiendo cada vez más la correspondencia con los requerimientos ocupacionales.

En consecuencia, en el capitalismo avanzado, cada vez el capital humano y su repercusión en el sistema productivo tiene menos que ver con la educación reglada, o la formación que proporcionan los agentes sociales y la administración, y más con las redes sociales que permitan que la inversión en formación personal o colectiva, derive o no, en rendimiento privado (personal) y comunitario. De ahí la oportunidad que tan nítidamente han visto las y los jóvenes en la Red, y el camino pendiente para que, en especial los servicios de empleo, sepan aprovecharla y así incrementar 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.

5.1. Jóvenes en la red desde la antropología y la psicología social: Rito de paso, tótem y tabú. Subculturas juveniles.

“Usar el ordenador” es una de las actividades preferidas del 80% (79,9%) de los jóvenes encuestados para el INJUVE en España en la Segunda Encuesta del año 2007, con una diferencia mínima a favor de las chicas frente a otro tipo de actividades de ocio (con 79,7% los chicos y 80,8% las chicas). Sin embargo, a la pregunta sobre si se emplea o no de forma habitual, se observa que es algo mayor el número de chicos que de chicas, con un 76 % y un 71,2 % respectivamente.

Un interés que es asimismo, mayor a edades más tempranas y va decreciendo a favor de otras actividades de los 25 a los 29 años, con un 88,8% de los jóvenes que prefieren Internet de 15 a 19 años, y un 79,6% de los 20 a los 24. Es decir, coincidiendo con la mayor independencia de los progenitores y menor tiempo de permanencia en los hogares, que consigue que otras actividades como viajar tengan una evolución contraria a éstas edades. Probablemente la misma razón que consigue que la respuesta a la pregunta de, “qué es Internet para ti”, las y los adolescentes hayan contestado que algo imprescindible con 4,3 puntos porcentuales por encima de las y los jóvenes (34,1 % y 29,8 %, respectivamente).

Lo que no quiere decir que la asociación de adolescencia, y cada vez más infancia, con nuevas tecnologías de la información como una relación ‘natural’, ya dada, incluso con argumentación de carácter antropológico, sea correcta. Porque la adopción por parte de las y los adolescentes más rápida y positiva, se ésta produciendo con unos medios y tecnologías concretas (ordenador, videoconsola, teléfono móvil, reproductor DVD). Es decir, con aquellas que se ajustan mejor a sus necesidades, por ejemplo de juego o independencia, que ha permitido que las y los más jóvenes en cierta forma, hayan actuado como pioneros en la utilización de algunas aplicaciones; no siendo así en otras circunstancias, medios o con todos los usos, por ejemplo, en lo concerniente al teléfono fijo, el cine, la televisión, los ordenadores en sus primeras fases.

Este tipo de apreciaciones generalistas, como afirma Gordo López en su trabajo anterior para el Injuve, que incurren en relaciones estereotipadas de la relación jóvenes-tecnología, con nociones abstractas y homogenizadoras de su vida (2006:16), no hacen otra cosa que ocultar la complejidad del fenómeno y su significado. Así, las habilidades cognitivas en la infancia y juventud, no fueron suficientes en los primeros estadios de desarrollo de la Red, cuando el software y el uso del ordenador eran más complicados y su valor simbólico, como ‘medio amigo’ no se había extendido; para lo que ha tenido que producirse una mayor accesibilidad en términos de complejidad, economía y divulgación de la funcionalidad del medio, así como también en la divulgación de la valoración positiva que como grupo social la juventud hace de su uso.

Una vez que estas facilidades se producen por parte de las familias y de las administraciones educativas y sociales para facilitar el acceso de la infancia y la juventud, Internet comienza a ser adoptado como el medio preferido tanto en cuanto supone una clara ventaja para estos dos grupos de edad. Por ejemplo en la medida que, las propios progenitores y la escuela se implican en su socialización tecnológica haciéndoles partícipes con juegos educativos, la elección de vacaciones a través de la red, etc. hasta llegar más tarde con su empleo de forma autónoma, a la búsqueda autodirigida a partir de la relación con el grupo de iguales: el acceso a publicaciones o intercambio de programas (con aplicaciones como youtube o e’mule) con los que consiguen adentrarse en contenidos propios y evadir controles y manipulación desde el mundo adulto, algo que con otros medios, como el teléfono fijo o la televisión no sucedía.

Si la definición de juventud se asocia con exclusión social de la vida pública, de las políticas y relaciones sociales maduras, de la autorregulación o bien del protagonismo social en toda su amplitud, Internet proporciona los medios para el acceso a las redes sociales con toda la gravedad que se realizan en el mundo adulto, a la formación e información, a la posibilidad de visibilidad, la promoción y realización de publicidad personalizada (por medio de los blogs, las redes sociales, etc.), de negociar (a través de los portales de compra como e’Bay), opinar, participar, para poder trabajar y sin tantos controles por criterio de la edad (como los progenitores pueden hacer con un libro, una película, una revista o un negocio).

Es decir, lo que la red confiere a las y los jóvenes precisamente es poder, pudiendo hablar de su valor como *totem*; la soberanía de poder autoregularse y modular su ocio, y no sólo dentro de la lógica del juego, porque en Internet las redes, el trabajo, la publicidad, las compras, las relaciones, tanto como fraudes y delitos (que confieren mayor responsabilidad a las y los usuarios), cursan bajo un interface no presencial, pero en términos reales.

Dicho poder que proporciona Internet para que la adolescencia y juventud puedan autodirigir y autorregular sus preferencias y su tiempo, diferencia la Red de otros medios característicos por su pasividad, control y manipulación, como la televisión o la prensa; a lo que se une la capacidad del medio para acoplarse a la perfección a sus intereses, estilos y conceptualización de cómo debe ser la comunicación humana: abierta, libre, multidireccional.

De ahí que el concepto que expresa en primer término lo que significado Internet para los jóvenes sea precisamente, “Comunicación”, coincidiendo ambos grupos de edad en algo más de un 44% de las y los entrevistados, y en segundo lugar, la utilidad, sobre todo para la juventud, con un 33% antes que durante la adolescencia en la que ya ha quedado patente un uso más lúdico.

Cuadro 40. A la pregunta: “Hablando en general de Internet: ¿Podrías decirme qué significa para ti?” Grupos de edad.

	Adolescentes	Jóvenes	TOTAL
Comunicación	44,2	44,1	44,2
Una utilidad	32,2	34,4	32,9
Algo imprescindible	34,1	29,8	32,8
Información sin límite	28,5	25,8	27,6
Modernidad y avance	21,4	30,1	24,1
Una fuente de oportunidades	16,7	12,9	15,5
Una forma de ver el mundo	15,6	14,6	15,3
Un peligro	3,7	2,6	3,3
Otros	2,5	3,4	2,8
Algo inútil	1,6	2,6	1,9

En el discurso registrado durante el trabajo de campo y en la actitud de plena disposición de todas las personas jóvenes preguntadas para realizar grupos, entrevistas y encuestas, así como, con los comentarios favorables recogidos (*‘claro que la hago’, ‘si es sobre Internet sí te contesto’*), se detecta una percepción muy positiva del Medio. No sólo por el poder que por edad o por la ausencia de una inserción plena en la vida laboral no les confiere la sociedad y sí la Red, sino además por haber conceptualizado el fenómeno como un distintivo generacional, donde cabe todo lo bueno y lo malo es “menos malo”.

Y es que la multiplicidad de usos que la juventud encuentra a la Red, a veces se encuentran ensombrecidas por el carácter noticioso de conductas que suelen ser excepcionales, con figuras que representan la trasgresión juvenil como los Hacker (siempre representados como personas muy jóvenes), la crítica corrosiva desde el anonimato en los foros y los chats (por ejemplo el bullying entre escolares o el mobbing contra el profesorado), la facilidad de acceso a imágenes denigrantes (como el Jackass con la divulgación de imágenes autoinfringidas de sufrimiento o peligro), o los problemas de abuso y captación de jóvenes con fines delictivos (sectas, narcotráfico, etc.).

La trasgresión en la red ilustra una serie de peligros que como todo aquello que es asociado con el riesgo y la innovación no son conceptualizados como delitos. A lo que se suma la unanimidad al conceptualizar Internet como un medio que representa ‘el desconocimiento’ por parte de sus mayores y en el hecho de ser conscientes de ‘un sentir colectivo’ como promotores de nuevas formas de expresión y comunicación.

Cuadro 41. ¿Qué crees que significa Internet para las personas mayores?

	ADOLESCENTES	JÓVENES	TOTAL
Algo desconocido	47.2	39.9	44.9
No saben utilizarlo	33.8	36.6	34.7
Modernidad/avance	29.7	26.5	28.7
Algo inútil	9.9	14.6	11.4

No saben que existe	5.6	6.5	5.9
Una utilidad	9.9	14.0	11.2
Información sin límite	5.2	7.1	5.8
Un peligro	7.7	16.1	10.3
Algo imprescindible	2.0	4.5	2.8
Comunicación	7.5	9.8	8.2
Una fuente de oportunidades	3.7	3.6	3.6
Una Forma de estar en el mundo	4.1	4.5	4.3

Porque, si la adopción privilegiada de las TIC e Internet no es consustancial a la juventud, sí lo es el hecho de que, en estos momentos los jóvenes están actuando como conductores (*drivers*) del fenómeno social, generando nuevos usos, relaciones y realidades, inexistentes con anteriormente, lo que sin duda desde el mundo adulto, cursa con gran preocupación, en tanto, su fiscalización y regulación legal, suele llegar posteriormente a los problemas que se suscitan.

La popularización y versatilidad del medio, responden a necesidades cruciales durante la adolescencia como la búsqueda de identidad, de independencia, desarrollo del marco de referencia, gran creatividad, necesidad elevada de autoestima y pertenencia, juicio crítico, sensibilidad, afectividad, construcción del proyecto de vida, y que consiguen que la Red sea un medio de socialización privilegiado y como tal para la reproducción del sistema social.

Aprender a interactuar y comunicarse frente a lo desconocido supone un aprendizaje al tiempo que hace de éstas generaciones de auténticas promotoras de usos, modas y costumbres, cuando resuelven dudas a través de chats, buscar o adquieren productos culturales, aconsejan o intercambian de videos, música y programas, deben presentarse en *blogs* o páginas de redes sociales, establecen conexiones personales de solidaridad, como cuando a través de Tuenti los y las estudiantes se informan sobre las mejores residencias para sus becas Erasmus o albergues para los viajes de vacaciones, o directamente se integran en proyectos solidarios.

La palabra adolescencia procede del verbo latino *adolescere*, que significa “crecer” o “hacerse mayor”, y las funciones de la Red en éste grupo de edad tienen bastante de ‘ensayo desde la barrera’ en el mundo adulto. Éste tránsito desde la pubertad hasta la vida adulta, cuenta en todas las culturas con ciertos ritos de paso, a través de los cuales, las y los jóvenes demuestran ante el grupo que son dignos de ser considerados como personas adultas.

Son ritos que incluyen la idea de “matar” la vieja personalidad infantil y suelen cursar con cierto dolor o con frecuencia ser atemorizantes, incluso con riesgo para la vida, que en nuestra cultura puede ir, desde las antiguas puestas de largo de las chicas, ‘hacer la mili’ o el trayecto en el primer encierro de los chicos, todavía en la actualidad.

Como ejemplos anecdóticos de los ritos de paso suelen citarse culturas como los Ndembu del norte de Zambia, que al igual que en otros pueblos de África y Oriente Medio, los ritos de iniciación masculina consisten en la circuncisión para los chicos. En otros pueblos, se somete a las niñas a ritos similares de separación, reclusión y retorno con motivo de de sus primeras menstruaciones y su elegibilidad para el matrimonio; siendo frecuente la mutilación genital (la clitoridectomía). Los grupos australianos arrancan el diente delantero de los niños púberes (Marvin Harris, 1999:613); en una tribu del Pacífico

Sur exige que los muchachos se lancen de cabeza desde una plataforma construida en un árbol a 30 metros de altura, sin nada más que una cuerda de 29 metros atada a sus pies (Rice, 1998:327).

Nada que ver con las sociedades occidentales, en donde los ritos de paso pueden hallar ciertas similitudes en su función demarcadora, pero que se encuentran menos institucionalizados, son múltiples, inespecíficos y más determinados por el grupo de iguales que por la tradición: primera borrachera, uso de anticonceptivos, tatuado o piercing, cometer ciertos delitos en algunas tribus urbanas, y que en general, van perdiendo la vertiente más dolorosa, para contener “la marca de lo instantáneo” típica de la sociedad de consumo y ser más difuminados, por ejemplo, con la compra de revistas con temas para personas adultas, o el acceso a contenidos por Internet de éstas características.

Los ritos de paso han modificado sus formas, porque el contexto simbólico también ha cambiado; son menos rígidos, codificados y obligados, ya no son los adultos los que los dirigen, sino el propio grupo social juvenil. El sujeto ha tomado parte activa aunque sigan poseyendo sus funciones identitarias (sexuales y sociales), pero hasta cierto punto, siguen implicando riesgo y dolor, necesario para permitir al sujeto vivir, y que la vida tenga una significación⁴: como en el caso de la iniciación sexual, o los tatuajes. De ahí precisamente que, todo aquello en los que las personas adultas ponen mayor énfasis en su carácter de prohibición (tabú) y en sus riesgos, puedan llegar a cursar efectos de atracción e identificación sobre la población adolescentes, para la que el riesgo puede ser un valor añadido.

Lo que sí ha dado Internet y otros medios, han sido nuevas formas de desafiar la prohibición por medio del filmado y distribución de imágenes que dan lugar a nuevos fenómenos asociados con la juventud, y que se hacen difícilmente comprensibles sin tener en cuenta las líneas anteriores sobre el valor añadido que tiene el riesgo a éstas edades. Es el caso de buscar emociones fuertes con la grabación y difusión de escenas que llegan al extremo la actividad de infringirse dolor y buscar desafíos sin razón aparente, para divertirse como el citado Jackass, cuyo nombre parte de una serie de televisión originariamente en la MTV, en la que el reparto lleva a cabo actividades cómicas basadas en el sufrimiento y el peligro.

Aunque menos excesivas esta pasión por los desafíos puede encontrarse en actividades extremas también asociadas a la juventud y que encuentran en la red un canal propicio de difusión, como por ejemplo deportes de riesgo como el parapente, el puenting (salto encordado que se realiza desde puente con cuerda), la escalada de edificios sin ayuda de cuerdas, crampones, piolets, ni protección, etc.

Bajo la marca de la novedad y la provocación, suele subyacer la búsqueda de emociones fuertes y la reivindicación del derecho al control/descontrol del propio cuerpo, como también en ciertas modas como la de sobrecargarse de tatuajes y perforaciones, con los que se desafían modelos estéticos convencionales.

Todas estas actividades, en forma de subculturas juveniles no sólo encuentran en la Red el canal mas propicio para la comunicación y difusión, sino que pareciera que esta tiende a ser el ámbito de expresión por antonomasia de éstas.

Esa sensación de mayor control que propicia el medio, de libertad y conocimiento, consigue que Internet en la adolescencia y la juventud se constituya en objeto de culto y veneración, “un objeto tótem” y su acceso de forma no vigilada en la primera adolescen-

⁴ Jubieto, José R. “Ritos de las crisis o crisis de los ritos”, Ponencia.

cia, en un momento que demarca el tránsito a la autorregulación adulta y al universo cultural, ya no de los mayores como antaño, sino de la juventud.

5.2. Causas del impacto de Internet como 'medio amigo' en la juventud y la adolescencia.

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 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 plena en los medios de comunicación de masas desde su nacimiento.

Incluso aspectos en principio negativos, como podrían ser las mayores dificultades de emancipación: por la carestía de la vivienda, la precariedad del empleo juvenil o la mayor tendencia que otras generaciones a permanecer en unos hogares familiares más protectores y permisivos, han favorecido asimismo, la adopción de Internet de forma rápida y generalizada, que a pesar de ser sufragado por las familias, permiten mantener un espacio propio y la conexión con el mundo en cualquier circunstancia.

No conviene olvidar que, para acceder a la Red son necesarios unos requerimientos técnicos mínimos, más onerosos y complicados que en el caso de otros medios de comunicación: un ordenador con unas prestaciones en su software y hardware mínimas, un módem y conexión telefónica con acceso a la Red.

A dichos requerimientos económicos y técnicos, se unen las aptitudes intelectuales necesarias que han permitido una mejor adaptación de la juventud y su introducción en la lógica de los contenidos audiovisuales, interactivos, del ordenador e Internet. Son habilidades mentales, manuales, motivacionales y culturales que han hecho que la alfabetización informática en estos grupos de edad sea rápida y muy sencilla; 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 la implantación de ordenadores en las oficinas.

Un acceso favorecido por el apoyo parental y de las administraciones, en especial durante la adolescencia, en la que es más necesario que el acceso a la Red sea favorecido, o al menos no impedido por la familia y educadores; si bien quedan latentes 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.

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

Siguiendo al sociólogo Olivier Gallánd⁵, parece ser que, la juventud ha pasado de ser una fase de la vida en el que el 'modelo de identificación reproduce la trayectoria de padres y madres, a otro 'modelo de experimentación' prolongada; algo así como un tiempo suspendido en el que la 'moratoria' para el ejercicio incorrecto de los roles (como lo consideran la psicología del desarrollo) ha pasado de ser una forma de

⁵ GALLAND, Olivier (1999), *Les Jeunes*. Paris: La Decouverte (5ª ed.)

tránsito, a ser un ‘modus vivendi’, que no espera postergar la ‘verdadera vida’ a la edad adulta.

En lo concerniente a la adopción de Internet, en muchos casos pueden ser los padres y madres quienes han coadyuvado en el uso del ordenador, sin embargo, en lo que se refiere a la apertura a nuevos usos y páginas de acceso, han sido y son los iguales y los grupos de jóvenes de edades superiores los que más han influido.

Respecto a los grupos sociales de referencia, y siguiendo premisas de la sociología contemporánea, ya no son los padres o madres, ni aquellos con más méritos, ahorros o esfuerzo acumulado, como en las sociedades industriales, sino los grupos que alcanzan una mayor capacidad de acceso al consumo, los placeres, entre ellos el turismo y a una visibilidad global: modelos, artistas, futbolistas. (Jeremy Rifkin, *La Era del Acceso*, 2002).

Bajo este marco analítico de la influencia sobre el consumo y las audiencias de los grupos de referencia social en la juventud, puede entenderse que el perfil del usuario medio, tanto el real como el transmitido por los medios como el cine, haya resultado interesante: en 1999 según datos de la AIMC-EGM, el perfil del internauta medio español era un varón (63,0 %) de alrededor de 30 años, el intervalo modal estadísticamente hablando, estaba situado entre los 25 y los 34 años (32,7%), profesional de clase media alta o alta (28,1 %, cuando la población alta se encontraba en un 7,0%, frente a un 1,4% de la baja, que era un 12,6% en 1999); es decir, adultos jóvenes, independientes, profesionales, universitarios, etc. Un perfil que sin duda ha influido más sobre las generaciones posteriores que de haberse tratado de un fenómeno propio de, por ejemplo mujeres mayores trabajadoras, u hombres de nivel educativo bajo.

Ya sea por efecto del halo de independencia y libertad que rodea a la Red, como por la asociación a 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).

Pues bien, para conocer las atribuciones que jóvenes y adolescentes realizan de la Red como Medio que representa sus aspiraciones, en contraposición con el ‘mundo de los mayores’, se les ha preguntado durante el trabajo de campo, qué aspectos valoran más de la red, para más tarde medir en la encuesta la incidencia de cada uno de éstos que.

Cuadro 42. A la pregunta: “Hablando en general de Internet: ¿Podrías decirme qué significa para ti y las personas de tu edad?” Chicas y chicos han contestado:

	Chicas	Chicos
Comunicación	45.2	43.2
Una utilidad	35.8	30.0
Algo imprescindible	35.3	30.3
Información sin límite	26.5	28.7
Modernidad y avance	25.2	23.1
Una forma de ver el mundo	15.6	15.0
Una fuente de oportunidades	13.8	17.1
Un peligro	3.9	2.8
Otros	1.8	3.7
Algo inútil	1.7	2.1

En cuanto al orden de las respuestas no se aprecia diferencia entre sexos respecto a la conceptualización de Internet, pero si en que la medida que, para las chicas éste medio es en mayor medida comunicación, una utilidad y algo imprescindible, pero en una proporción menor una fuente de oportunidades o algo inútil. Por tanto, también queda descartada la percepción que parece darse en otras edades más avanzadas, sobre que Internet tiene un sesgo de uso, valoración e identificación de carácter masculino.

Si se detecta en cambio que la valoración de Internet como algo positivo es consustancial a las y los adolescentes, y un objeto de identificación frente a los mayores y en especial frente a los agentes de socialización primaria (familia y escuela) y sus medios y contenidos, que ejercen una acción aleccionadora y educativa más sistematizada y cerrada, asociada con “lo aburrido”, “la autoridad”, “el mundo de la infancia”, en oposición a los medios como Internet y productos culturales juveniles (apoyados por los agentes de socialización difusa de ‘medios amigos’ y las personas de la misma edad -iguales-), que conforman la orbe de “lo divertido”, ‘la trasgresión’, su acceso al mundo del principal grupo de referencia: “la juventud”.

De ahí el impacto y también la gran influencia de ciertos medios de comunicación considerados como propios (Internet, revistas, videojuegos, etc.), en su función como agentes de socialización difusa, que multiplican los efectos de aquellas aplicaciones cuyo uso resulta favorable (para la comunicación, la integración, la diversión, la formación o el empleo); y consecuentemente amplía los riesgos de aquellas otras que promueven actitudes incorrectas o conductas de riesgo: como ciertos trastornos alimenticios, deportes extremos, violencia sexual, etc.

No obstante, resulta significativo comprobar el juicio crítico que la juventud mantiene frente a los contenidos nocivos, como riesgos que conocen pero que hay que conocer y tener en cuenta en el uso de la Red, lo que consigue que, dichos contenidos ‘de riesgo’, cuando son así reconocidos por las y los adolescentes cumplan una función de reafirmación del criterio y la identidad.

Esta ‘confianza’ en el conocimiento y salvaguardia de ‘los peligros’ de la Red, les separa del mundo adulto, del que consideran temen, desconocen o no saben sacarle partido (“Inutilidad”).

Así, jóvenes y adolescentes opinan, sobre todo en el caso de los chicos que las personas mayores consideran Internet, en primer lugar 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.

Cuadro 43. A la pregunta: “Hablando en general de Internet: ¿qué crees que es Internet para las personas mayores?” Jóvenes y adolescentes han contestado:

	CHICOS	CHICAS	TOTAL
Un peligro	46,1	43,7	44,9
No saben utilizarlo	32,7	36,7	34,7
Algo inútil	10,3	10,4	10,3
Modernidad/avance	12,7	9,6	11,2
Comunicación	9,0	7,4	8,2
No saben que existe	6,1	5,7	5,9
Información sin límite	6,4	5,1	5,8

	CHICOS	CHICAS	TOTAL
Algo desconocido	6,4	5,1	5,8
Una Forma de estar en el mundo	4,6	4,0	4,3
Una fuente de oportunidades	4,2	3,0	4,3
Una utilidad	4,2	3,0	3,6
Algo imprescindible	3,4	1,9	2,8

Puede decirse 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 de paso del mundo.

Es su medio propio, de impacto, gran audiencia y privilegiado para estar a la moda y al tanto de las nuevas costumbres y usos: 1º. Estando precisamente al tanto de las nuevos servicios y aplicaciones (redes sociales, páginas de compra-venta, descarga, etc.); 2º. Accediendo a medios de comunicación tradicionales pero de forma más autónoma (revistas, estaciones de radio, descargas de vídeos y música); 3º. Participando a través de la Red de las subculturas e identidades grupales específicas (Rock, Hip-hop, Metal, Tunning, Deportes, etc.) 4º. Y por último, contribuyendo a su socialización en la sexualidad y la diferencia de género, con las relaciones de éste tipo a través de la Red (mensajería instantánea entre chicas y chicos, chats, foros, Dating, contactos, etc.), contenidos explícitos (erotismo, pornografía, información, consultorios, etc.), o contenidos implícitos o con una fuerte segregación sexual (fenómeno fan, héroes deportivos y musicales, prensa y web netamente masculinas o femeninas, etc.).

5.3. Peligros percibidos y conductas de riesgo

Uno de los principales problemas que ha supuesto la rápida irrupción de Internet en la vida de la ciudadanía ha sido que la implantación de algunos usos derivados ha ido más rápido que la posible tutela y legislación sobre derechos que pueden ser inculcados en unos casos, y en otros el debate sobre cómo afectan a son limítrofes en lo que concierne a derechos fundamentales. Lo que plantea nuevos retos, no sólo a los juristas, sino además a las y los educadores.

En este sentido, algunos estudios revelan como en España educadores y progenitores están menos preocupados que en otros países en lo que concierne a la restricción y sistemas de control de contenidos (en primer término por desconocimiento), pero también que en general, en los estudios referentes a la Unión Europea que, se preocupan mucho más de los contenidos sexuales de la Red y menos por otros, en los que las y los menores los encuentran con mayor regularidad, como la televisión, los vídeos o revistas juveniles (ver Informe de UK *Children go online*, 2004, o el anterior de nuestro equipo sobre *Revistas juveniles* para el CIDE y el Instituto de la Mujer).

Para los menores existe toda una serie de programas de filtrado para controlar contenidos no adecuados en función de sus edades (Cyberpatrol, Netnanny, Crayon Crawler, Optenet, etc.) y distintas iniciativas para un red más segura para la infancia, el problema se plantea cuando hablamos de adolescentes y jóvenes mayores de edad, que además poseen un mayor conocimiento de la red y sus utilidades que los progenitores.

Sobre el debates de si la exposición a la pornografía puede afectar en la socialización y a la percepción de las relaciones y la violencia entre los sexos, existen estudios que

apuntan a que la gran saturación de los contenidos con una sexualidad carente de otras dimensiones humanas, metonímica, violenta, genital y automatizada, está llevando al desinterés de la juventud por ese tipo de páginas, y que puede comprobarse en el cuadro (Nº 22 y Nº 38) sobre las páginas más visitadas. A pesar del carácter íntimo y de las dificultades metodológicas de este tipo de preguntas, tenemos que, como era de esperar, las chicas dicen que “nunca las han visitado” en un 91,3%, y los chicos en un 39,7%, mientras el 7% de éstas “han entrado alguna vez”, frente al 39% de éstos. 1,7% de las chicas las visita “a menudo”, y el 21,3% de los chicos.

Queda claro que la multitud de servicios empleados del que manifiestan total conocimiento, que la mensajería instantánea otras utilidades sean fundamentalmente empleadas entre amistades y el acceso a la sexualidad explícita desde edades muy tempranas y desde distintos medios, hacen que este tipo de usos sea algo pasajero o postergado, y menos empleado que a otras edades.

Estudios anteriores así lo confirman. La profesora Helena Matute de la Universidad de Deusto, apunta a que el cibersexo no produce un índice de adicción superior al que existe en la sociedad y que la ansiedad inicial se atenúa en la mayoría de los casos en un plazo de un año (Matute, 2003, cita. En Garmendia, 2007). Asimismo que, Internet no produce adicción, sino ansiedad. Otros concernientes a la utilización de páginas de encuentros y contactos, ponen el énfasis en que son más empleadas a edades más avanzadas, en las que por falta de tiempo, o de redes sociales, el uso de Internet tiene un mayor contenido sexual.

Tanto en este tipo de contenidos, como en lo que se refiere a los 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 los contenidos relacionados los delitos sexuales (39,5%), menor para las imágenes denigrantes (24%), la violencia (22,5%), el bullying y los comentarios denigrantes (20%) y algo menos frente a los que pueden generar información falsa o tendenciosa (por ejemplo 19,2 el peligro de las sectas), la intromisión en la vida privada (12,3% problemas de pareja), o la práctica de cibersexo (13,5%).

Otro riesgo en Internet es vulnerabilidad que genera el hecho de tener que solucionar o adentrarse en problemas a escala mundial y con el anonimato que la Red propicia; lo que puede hacer que sea mucho más difícil defenderse de un delito, por ejemplo, recurrir casos de extorsión, acoso sexual, o eliminar contenidos que incurren en acoso moral a través de foros o vídeos que lo divulguen con imágenes denigrantes; algo aún más difícil para las y los jóvenes.

Asuntos como los derechos de autor en la red, no es un problema que en principio parezca preocupar a jóvenes y adolescentes, pero si parece que en este sentido de la fidelidad de las fuentes, puede llegar a resultar preocupantes otros aspectos, como el hecho de considerar aceptable cualquier información o lectura, sin tener garantías de su rigor y veracidad. Esta es sin duda una preocupación residual para la juventud, y que sin embargo, está generando un importante debate en las ciencias sociales, porque la vulneración del lenguaje, la historia y cualquier otra disciplina, tiene serias consecuencias para las mismas y para la calidad de la formación, cuando cualquier interlocutor puede ser válido.

Dentro de esta amenaza del ‘todo vale’, podemos encontrar parte de las conductas de riesgo para la salud de las y los jóvenes, como por ejemplo todo lo concerniente a la infor-

mación relacionada con la salud, a través de distintas fórmulas como Web, Blog, chat, mensajería o foros, que tratan temas de contracepción y salud reproductiva (como ya se ha visto en el Gráfico II), consejos relacionados con trastornos de la alimentación (anorexia y bulimia), tratamientos para distintas enfermedades, medicamentos y drogas, o el asesoramiento sobre temas psicológicos por parte de fuentes no siempre cualificadas.

Este debate muy controvertido, por una parte en lo que concierne a contenidos como los anteriormente citados que incurren en una responsabilidad bioética, y por otra en general, en lo que se ha dado en llamar “la disolución de la responsabilidad” en la Red, supone asimismo la disolución del propio sujeto: en la pérdida de la autoría de su trabajo, y como ya anticipaban autores como Marc Guillaume (1989:37), a cuenta de encontrarse sumido en la propia interactividad. Para éste sociólogo “cuanto más interactivo (a) se es, menos se existe”, porque cuanto más se participa de redes interactivas (de software, pantallas, bancos de datos) en donde la comunicación natural se encuentra modificada y corroida, más necesario resulta dejar en suspenso la propia existencia objetiva y contingente.

Sociólogos clásicos como Baudrillard, asociaban este hecho con una perspectiva pesimista para la democracia en el contexto de la infotecnología y nuevos elementos para la despolitización y la disolución del individuo. Ahora bien, si Guillaume da a entender que en la modernidad existía equilibrio entre la profundización en la persona por la búsqueda del conocimiento a través de la ciencia y su disolución en las ideologías y el colectivismo, la automatización formaría parte de esa misma fase de la historia (fordista y taylorista), mientras que la actual correspondería a una nueva más acorde con las tesis postfordistas de individualización. Es decir, la automatización superlativa que propicia Internet, por una parte ‘anula’, pero por otra parte favorece tendencias de personalización e individualización de actividades y el conocimiento.

Es la tendencia postmoderna del sell-service, como la denomina Alain Filkielkraut (La Derrota del Pensamiento), del sírvase usted mismo, como también con mayores posibilidades de profundizar en una gama infinita de contenidos culturales y de formular otros nuevos en consonancia con la propia personalidad; de las y los jóvenes cuando por ejemplo, redacta sus Blogs y My Space, tanto como cuando un empresario redacta su página Web.

De éste lado se encuentran autores como Lévy (1993), que considera el ciberespacio un ámbito capaz de consolidar la democracia electrónica, que hará viable el desarrollo de la ‘inteligencia colectiva’ y la realización técnica de los ideales democráticos de la ilustración (1993); aunque en sentido opuesto no faltan quienes consideran que Internet supone mayor control sobre las personas, recordando que el término cyberspace aparece en la novela Neuromante (1984), de William Gibson, para describir una red futurista de ordenadores que las personas usan conectando sus cerebros a ella.

Pues bien, ninguno de éstos aspectos son recogidos en el discurso y la enumeración de inquietudes de la juventud en estos momentos, y sí otras mucho más positivas, como son la oportunidad de comunicación con todo el mundo y el aprendizaje (66,7% y 61,1% respectivamente), o bien riesgos más concretos, como las adicciones (en especial las tecnoadicciones y la dependencia de la Red), el aislamiento social y ser víctima de delitos (como puede comprobarse en el cuadro 29).

En lo que concierne a los temores de corte ‘orwelliano’, que ponen el énfasis en Internet como si ‘del gran hermano’ controlador de la novela 1984 se tratase, hay que decir que, la participación política es una oportunidad para las y los jóvenes función de Internet valorada, pero en un noveno lugar (10,9%) y el control por parte de terceras personas a

través de Internet, un riesgo poco percibido, aunque tampoco consideren la privacidad (8,5%) una característica propia de Internet. Por último, cabe reseñar que el aislamiento social es muy considerado como riesgo de la Red, el segundo después de las adicciones, en el casi 40% de los encuestados.

Lo que por otra parte no responde a estudios concretos sobre este tema, ya que 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).

Por tanto, la red es para jóvenes y adolescentes una fuente de relación y un recurso para salir de la soledad, con la que puede sortear el aislamiento incluso en los casos de personas con problemas de habilidad para las relaciones personales, y en la que por otra parte las y los más sociables encuentran mayores estímulos para hacer una utilización intensiva del medio (a través de éste y de forma presencial).

En este sentido lo que si les preocupa a las y los jóvenes entrevistados es la protección de la seguridad y de su intimidad, y en menor medida la obtención y tráfico de sus datos personales, una conducta de riesgo en la que sin embargo, parecen incurrir a menudo.

Cuadro 44. ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet?

	ADOLESCENTES	JÓVENES	MADRID	GRANADA	TOTAL
Adicciones	49,4	45,7	59,2	33,8	46,9
Aislamiento social	33,0	42,9	56,0	22,6	39,8
Ser víctima de delitos y fraudes	33,6	42,6	63,6	14,6	39,8
Pornografía pederasta	39,0	39,8	63,0	14,6	39,5
Problemas de virus	41,4	37,2	58,3	17,5	38,1
Contacto con desconocidos	30,4	27,7	48,9	6,9	28,5
Exposición a imágenes denigrantes	22,3	25,0	42,4	4,8	24,1
Piratería indiscriminado	27,7	21,0	38,2	7,1	23,1
Exposición a la violencia	22,3	22,5	39,3	4,6	22,5
Realizar fraudes y delitos	22,0	20,9	36,6	5,0	21,2
Bullying y comentarios denigrantes	20,8	19,7	37,5	1,5	20,0
Sectas	21,4	18,2	36,1	1,3	19,2
Enamorarse inconvenientemente	17,3	13,4	27,7	0,8	14,6
Ninguno importante	17,00	13,4	11,1	18,2	14,5
Cibersexo	19,0	11,0	23,7	2,7	13,5
Déficit de atención	11,6	12,6	21,6	2,9	12,3
Problemas de pareja	14,6	11,3	22,5	1,5	12,3
OTROS	2,4	3,9	3,6	3,3	3,4

Según el Eurobarómetro (2004) los menores en un 30% de los casos dan información sobre su teléfono y el 16% sobre su domicilio. Mientras que, “quedar con descono-

cidos” lo hacían en el 14,5% de los menores según la misma fuente, en el caso de las y los jóvenes de 15 a 25 años de nuestra encuesta esta sería la función menos utilizada en la red, habiéndolo hecho alguna vez casi el 23%; conducta que, a partir de la mayoría de edad puede tratarse de una conducta de riesgo si no se toman precauciones, como también una forma que Internet a normalizado, de abrirse al mundo y entablar nuevas amistades.

Cuadro 45. ¿Con qué frecuencia quedas con personas desconocidas?

%	Nunca 0	Casi nunca 1	Muy pocas veces 2	Regularmente 3	Habitualmente 4	Siempre 5	TOTAL
	77,2	9,8	5,4	4,4	1,0	2,2	100,0

El hecho de que muchos fenómenos y delitos son novedosos y por tanto, pueden alcanzar desprevenido a las personas usuarias de la Red, así como el desconocimiento de las consecuencias de la visibilidad en la misma, son riesgos que también son percibidos por la juventud, en especial los más mayores (42,6 %) y las chicas (43,5%), ocupando un tercer lugar el problema “ser víctima de delitos y fraudes” (39,8%), pero con una tasa de contestación bastante relevante.

“Los virus” informáticos son la modalidad de delitos más preocupan y que más han comentado jóvenes y adolescentes durante el trabajo de campo. Se tratan de un tipo de software que aprovecha los agujeros de seguridad de los programas, y que fueron bautizados así por el experto en seguridad Fred Cohen en 1986. Desde entonces los gobiernos, administraciones y la industria informática velan para que su incidencia sea la menor posible, por los posibles daños y por la desconfianza que genera en las y los usuarios.

En cualquier caso, en nuestros días puede afirmarse que “los virus” responden a un modelo de ‘amenaza fantasma’ que ya forma parte de la ‘cultura de cybernética’ y de su idiosincrasia. Su carácter inespecífico y sorpresivo (el peligro son los nuevos virus para los que existe protección) le confieren ‘emoción a la red’ y prestigio a las personas que saben protegerse y enseñar a las demás a hacerlo. Se trata de un riesgo muy considerado por la juventud, entre otras razones, por el peligro que entraña el mayor uso del ‘pirateo’, como puede verse en el cuadro 32 con un 27,8% de éstos que hacen descarga de programas con frecuencia. Un riesgo por otra parte, más percibido por las chicas (41,8 %), los adolescentes (41,4 %) y las y los jóvenes que viven en grandes urbes (58,3).

Cuadro 46. ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet?

	CHICOS	CHICAS	TOTAL
Adicciones	46,0	47,8	46,9
Aislamiento social	38,6	39,9	39,8
Ser víctima de delitos y fraudes	36,2	43,5	39,8
Pornografía pederasta	37,3	41,8	39,5
Problemas de virus	35,3	41,8	38,1
Contacto con desconocidos	21,7	35,5	28,5
Exposición a imágenes denigrantes	22,8	25,5	24,1
Pirateo indiscriminado	21,7	24,6	23,1

	CHICOS	CHICAS	TOTAL
Exposición a la violencia	21,3	23,6	22,5
Realizar fraudes y delitos	18,6	24,0	21,2
Bullying y comentarios denigrantes	16,9	23,3	20,0
Sectas	17,1	21,4	19,2
Enamorarse inconvenientemente	13,6	15,7	14,6
Ninguno importante	17,3	11,4	14,5
Cibersexo	12,5	14,6	13,5
Déficit de atención	11,0	13,6	12,3
Problemas de pareja	10,8	13,8	12,3
OTROS	3,1	3,8	3,4

Por último, todos segmentos de la población joven estudiada consideran las adicciones como el principal peligro que puede entrañar la red, en éstas se incluyen una gama amplia de dependencias tóxicas y no tóxicas como los videojuegos, Internet, trastornos de la alimentación, al sexo, el juego, las compras, etc

Una incidencia en la práctica que requeriría un estudio pormenorizado que no es el objeto de la presente investigación, con todas las salvedades que la confesión o la autoinculpación suponen en la investigación social, si bien, las páginas que dicen ser visitadas regularmente, no hacen pensar que este tipo de problemática, aunque sí el hecho de que la juventud busca información en la Red cuando se encuentran con éste tipo de problemáticas personalmente o con seres próximos.

Ahora bien, si son las adicciones el 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 las páginas de las que pudieran derivarse 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%).

Cuadro 47. ¿Qué tipo de páginas Web son las que visitas con más frecuencia?

	TOTAL
Correo electrónico-MSN	62,3
Información en general	52,2
Descarga música/películas	51,2
Relaciones/ comunidades	34,9
Información para los estudios	32,3
Descarga de programas	27,8
Deportivas	25,0
Turismo/viajes	17,5
Formación	15,0
Compra de entradas	13,8

	TOTAL
Juegos on line	10,9
De sexo	7,9
Chats	6,8
Apuestas on line	2,2
Ninguna en especial	0,9

5.4. La red como fenómeno social total: del mito de la caverna a la esperanza

¿Qué es Internet?: “Lo que sucede cuando millones de personas se reúnen en un lugar seguro para hablar y compartir”, apunta H. Hanh (1994:20), autor de la obra: *Internet, Manual de Referencia* (Mcgraw-Hill), desde el punto de vista tecnológico prosigue este autor (1994:19): “una red de comunicaciones, o mejor dicho, una red de telecomunicaciones de gran cobertura que, al igual que la red telefónica, millones de personas de todo el mundo utilizan diariamente para comunicarse entre sí”. La misma está formada por un amplio conjunto de nodos interconectados a través de enlaces, con una topología irregular, que crece conforme se detectan nuevas necesidades y se van sumando nuevos recursos a la red.

Si algo tan simple puede afirmarse desde un punto de vista técnico, desde una perspectiva sociológica la explicación resulta algo más compleja, pudiendo afirmarse que, **Internet es un fenómeno social total y, que de este modo debe ser estudiado**. No se trata tan sólo de un medio de comunicación exclusivamente, ni tampoco de información, 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, como diría Marcel Gauss, antropólogo padre del concepto, “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 social total, adoptando formas de interacción, prestación y distribución, a lo que se añaden a su vez, fenómenos estéticos.

Un fenómeno social total, a diferencia de aquellos en los que los seres humanos se hallan unidos sólo por un fin determinado, no se manifiesta a través de opiniones, sino también por actitudes y comportamientos que mediatizan la intervención de diversas instituciones de la sociedad a través de sus ejecutores (agentes sociales, progenitores, educadores, etc.), y que de este modo se insertan en la vida laboral, política, privada, e íntima de los individuos, y que como tal debe ser estudiado. Es decir, la Red es un fenómeno 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.

En primer lugar, la red ha supuesto una revolución cultural y estructural sin precedentes que ha cambiado la humanidad, siendo adoptada por la adolescencia y la juventud como un medio amigo, con el que resarcirse del dirigismo, la manipulación y la pasividad a los que les abocaban otros medios. Un medio que más allá de los riesgos puntuales cuenta con todas las oportunidades para la recreación, la formación y el empleo de estas nuevas generaciones, más motivadas, cuando no dotadas para las TIC y una visión globalizada de su futuro.

No obstante, Internet despierta e incurre en una serie de dificultades que ya han sido referidas, y otras nuevas que surgen cada día a modo de ‘recurso informativo’, no

dejando muchas prerrogativas a las administraciones y educadores, sobre cuál es la mejor forma de proceder al respecto con las personas menores. Con benevolencia, restringiendo contenidos, horarios, controlando su uso, como si se tratase de cualquier otra actividad juvenil, o bien sin poner más límites que el respeto a la ley y los derechos fundamentales como en cualquier otra acción social, para aquello cuyo principio motriz es no tenerlos.

A juicio del equipo que ha elaborado ésta investigación, existe un símil muy recurrente en ciencias sociales, pero que en el caso del objeto de estudio de la juventud en la Red aporta bastante luz respecto a este tipo de disyuntivas, sobre las bondades o riesgos de la juventud en Internet. Se trata de la Caverna de Platón, y que ya fue utilizada por autores como Aldoux Huxley para ejemplificar las 'cadenas de las sociedad fordistas' en su "Mundo Feliz". Y en efecto, podría ser que la Red fuese algo así como la caverna en la que los jóvenes están sometidos a los grilletes de la automatización como una suerte de "mundo feliz"; es el software y el hardware, el *interface* de las pantallas que les conecta con la sociedad de forma instantánea a toque de 'ratón' y otros periféricos del ordenador.

Como Platón explica a través de la alegoría del mito de la Caverna, sería aplicable también a Internet su teoría de la existencia de dos mundos: el mundo sensible (conocido a través de los sentidos) y el mundo de las ideas (solo alcanzable mediante la razón). Es decir, el uso de la red como promesa de libertad, actúa a modo de caverna en la que es fácil conformarse con la recreación lúdica y viendo 'el mundo desde la barrera' de las pantallas, como si se tratase de un guiñol que genera emociones placenteras, no deseando escapar para acercarse a la luz de otros niveles de conciencia que pueden propiciar temor a la diferencia o que obnubilan frente a su resplandor. Ese sol al que los seres de la gruta platónica no desean acercarse por miedo a ser cegados por su luz es el conocimiento y el tener frente al mero ejercicio de libertad que supone de acercarse a él conscientemente. Las cadenas con las que se encuentran atadas unas personas a otras, es la recreación y la trasgresión sin riesgo, pero sin sentido, que se hacen eternas en el automatismo de la comunicación interpersonal y la interactividad.

Decía Marshall McLuhan que el medio es el mensaje, e Internet en un mensaje de inmanencia (aquí estoy en la Web, el Blog, el MSN, My Space), pero también de libertad en la medida que las personas pueden adentrarse sin límites en las fuentes y el conocimiento. Algo que en principio puede incomodar y ser denostado por el grupo, pero que a la larga aporta toda la riqueza humana y la trascendencia que es el verdadero tabú, y no el sexo, de nuestra civilización, tampoco de la Red en sí. Porque temer a los peligros de la pornografía explícita, de los contactos sexuales o de la sexualidad juvenil, pasa a ser un mito, cuando queda demostrado que la propia adolescencia y juventud ha optado por ser promotora de una serie mucho más interesante de funciones y oportunidades en la red, que no se limitan tan sólo a la persecución del éxito, ni al sexo consumista. Es decir, a esos valores que señalaba Daniel Bell en su obra *Contradicciones Culturales del Capitalismo*, que representarían más el mundo adulto actual, cuando hablaba de una sociedad exitista y de gran consumo, que ha enaltecido el reduccionismo de la sexualidad (genitalidad) humana, a la categoría de fin en sí mismo.

En resumen que, si algo caracteriza a la juventud de todos los tiempos es una curiosidad y una sed de conocimiento que los medios no agotan en un objetivo, pero sí la caverna de la conceptualización restringida que en su entorno lúdico y de trasgresión simplista se haga, por entender la red sólo como juego, negocio, como adicción o como peligro. O como dice el profesor de la Universidad de Valencia,

Mariano Chóliz, experto en adicciones no tóxicas, en una entrevista para la presente investigación:

“El problema llega cuando se ‘industrializa’ el juego, es decir, cuando se facilita el acceso y se difunde, al tiempo que aparece un considerable interés en obtener beneficios, como cuando las primeras loterías sirvieron para sufragar los gastos ocasionados por las guerras y la construcción de catedrales. Respecto a las adicciones tecnológicas, es evidente el interés que existe en la actualidad en favorecer el uso de nuevas tecnologías, ya que son los bienes de consumo que han visto un crecimiento más espectacular. Siendo como es, la tecnología la base de nuestro bienestar y desarrollo, lo lamentable es que se produzca a costa del sufrimiento de quienes llegan a ser adictos a la misma” (31.11.08).

El riesgo como estímulo y valor en alza, es parte del simbólico juvenil de todos los tiempos y puede dar lugar a conductas no deseadas, pues bien, el verdadero riesgo para la juventud como ha sido puesto de manifiesto, hoy por hoy no es la adicción a la Red, tanto como considerar los contenidos de Internet algo dado e incuestionable, en vez de intentar salir de las mediaciones de todo tipo, para enfrentarse a la libertad ‘navegando’ y el placer del conocimiento y el emprendimiento humano que es toda vida.

El peligro de Internet no se encuentra, en que progenitores y educadores no puedan controlar, sino en que la juventud no asuma de buena gana que el conocimiento no requiera de mediación de clases privilegiadas, ni figuras de autoridad para manifestarse. El verdadero peligro es no utilizar la Red como una oportunidad para el desarrollo personal y la participación, sino para el embrutecimiento y el aislamiento social en lo simple, la interactividad compulsiva, el estereotipo sexual, juvenil, étnico... un hecho, el de la autorregulación y el de los riesgos de adicción tecnológica que, a lo largo de la explotación de datos de la encuesta ha quedado claro que las y los jóvenes tienen muy en cuenta.

Es por ello que, el estímulo del uso de la Red como medio amigo, para el desarrollo de la libertad, el conocimiento y el juicio crítico, está consiguiendo mucho más que la obsesión por sus riesgos y peligros. A modo de práctica, cuando se propone a las y los jóvenes en este sentido integral de la educación que la Red dispensa (multimedia, global, interdisciplinar, intercultural, interactiva), que busquen el mito de la caverna del VII libro de La República, como alegoría de la situación en la que se encuentra el ser humano respecto del conocimiento, comprobamos que, de “toque a toque de ratón”, el estudio se convierte en una incursión en los distintos campos del conocimiento, culturas, creencias y sentidos posibles, errores y hallazgos, que aportan una nueva forma más amable pero también, más compleja de educación y de enfrentar la vida como aprendizaje crítico.

Se ha partido de la premisa de que, para discernir si Internet es una rémora para el desarrollo de la juventud o una fuente de oportunidades, era necesario preguntar el uso que la propia juventud realiza del Medio; en tanto estos grupos de edad cuentan con suficiente capacidad analítica y reflexiva, que consigue que podamos hablar y analizar la acción social juvenil, en los mismos términos que cualquier otra. Así como Internet como un Fenómeno Social Total, lo que significa que no puede ser tratado tan sólo como un medio de comunicación, 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.

Tras este marco teórico y la implementación de las técnicas de objetivación, se ha concluido que las personas jóvenes han integrado Internet en sus vidas mucho más allá de las funciones recreativas con las que tal relación suele asociarse, y a las que se añaden otras como son la información, integración/socialización, el acceso a industria cultural, a la formación y promoción del empleo juvenil. Éste último 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.

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 las y los jóvenes en la Red, y el camino pendiente para que, en especial los servicios de empleo, sepan aprovecharla y así incrementar 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 socio-económico y la disminución del desempleo juvenil.

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 la actitud política de participación se ha centrado en la propia red y sus contenidos, facilitando la comunicación bidireccional con las administraciones, los partidos y los agentes sociales, y asumiendo la red como 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, 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.

Puede decirse 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 de paso del mundo.

Por último, que la comunicación global sea la primera oportunidad que consideran les propicia Internet, evidencia tres aspectos muy importantes para entender la juventud de nuestros días. En primer lugar y en orden al tema que nos ocupa, que ésta ha sintonizado a la perfección con el espíritu de Internet como medio de comunicación, también conocida como "Red de redes"; 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 la integración en una economía y unos mercados mundializados; y en tercer lugar, y al entender del equipo 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 educación.

Tanto en este tipo de contenidos, como en lo que se refiere a los 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 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), la intromisión en la vida privada (12,3% problemas de pareja), o la práctica de cibersexo (13,5%).

Ahora bien, si son las adicciones el 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 las páginas de las que pudieran derivarse 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%).

Las hipótesis de partida por tanto, se han confirmado a través del trabajo teórico y de campo de la presente investigación, de modo que puede concluirse que, 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 debaten entre la simplificación, automatización lúdica y estandarización de tareas que las TIC imprimen, 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.

- AGUADED GÓMEZ, J. I. (2000). *Televisión y telespectadores*. Huelva, España: Grupo Comunicar.
- ALONSO BERROCAL, et all (2004): *Cibermetría: nuevas técnicas de estudio aplicables a la Web*, Gijón: Trea.
- BALAGUER, R. (2000): "Internet y Adolescencia" Ponencia realizada en el *III Encuentro de Psicólogos de AIDEP*. Liceo Francés, Montevideo, octubre 2000.
- BALAGUER, R. (2001 a): "Contextos pasados, presentes y futuros de la Psicología en la Educación" Ponencia presentada en el *XV Encuentro Nacional de Psicólogos*, julio 2001 IMM, Montevideo.
- Bandura, 1963
- BAUMAN, ZYGMUNT (2005), *Amor líquido, acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, Madrid, FCE.
- BERMEJO, FERNANDO (2003): "Democracia electrónica, participación ciudadana y juventud", en *Estudios de la Juventud*, Nº 61/03, Junio, Madrid, INJUVE.
- BERMEJO, Fernando (2003): "La medición de audiencias en Internet", en J.J. Igartúa: *Audiencias y medios de comunicación*, Universidad de Salamanca: Equilafuente.
- BLAUG, m. (1976) "The empirical status of human capital Theory", *J. Econom. Lit.* 14, 827-855.
- BOURDIEU, Pierre. (1985). «The forms of capital». En RICHARDSON, J. G. (ed.) (1985). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Nueva York, Greenwood
- BUTERA, F. (1988): "Automatización industrial y futuro del trabajo obrero", en JJ. CASTILLO, (comp), *La automatización y el futuro del trabajo en España*, Madrid, Mº de Trabajo y Seguridad Social.
- CAMPS, V. (1994). Presentación. En Pérez Tornero, J. M., *El desafío educativo de la televisión* (pp. 15-19). Barcelona, España: Paidós.

- CASAL et al., Joaquim (2006): *Papers: revista de sociologia*, N° 79, pags. 21-48.
- CASTELLS, M. (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol.1 La sociedad Red. Alianza. Madrid.
- CEBRIÁN DE LA SERNA, M. (1992). *La televisión*. Rincón de la Victoria: Clave.
- COLEMAN, James (2000): "Social Capital in the creation of human capital", En *American Journal of Sociology*, 94: 95-120.
- COLLINS, Randall (1968:131): (1989): *La sociedad credencialista: sociología histórica de la educación y la estratificación*, Madrid, Akar.
- CREMADES, Javier (2001): *El paraíso digital*, Barcelona, Plaza y Janés.
- ELZO, J. (1998): "Los adolescentes y sus valores en la sociedad española actual", Proyecto Hombre (Dossier nº 26).
- ELZO, J. (2000): *Los silencios de los adolescentes*. Madrid: Temas.
- ELZO, J. et al. (1999): *Jóvenes españoles 99*. Madrid: Fundación Santa María.
- ERICKSON, E. (1950): *Childhood and society*, New York, W.W. Norton.
- ERICKSON, E. (1959): *Identity and the life cycle*, New York; International Universities Press.
- ESPINOSA M.A y Ochaíta, E. (2002): "¿Quién es el niño?" En Cebrián, M.; García
- ESPINOSA, M.A. (2001): Proyecto docente en necesidades y derechos de la infancia y
- FREUD, A. (1946): *The ego and the mechanism of defense*, New York, International Universities Press.
- GARMENDIA, J.A. y Parra Luna, F. (1993): "Nuevas tecnologías, empleo y ocupación", En *Sociología industrial y de los recursos humanos*, Madrid, Taurus.
- GARMENDIA, Maialen y Garitaonandia, Carmelo (2007): "EUKids Online: un proyecto para la seguridad de niños y jóvenes en Internet", Barcelona, Ponencia congreso FES.
- GILLIGAN, C. et al (1988): *Mapping the moral domain*, Cambridge, M.A: Harvard University Press.
- GÓMEZ URANGA, M. (1986): *La automatización, Economía y Trabajo*, Universidad del País Vasco.
- GÓMEZ, Bernardo (2005): "Disfunciones de la socialización a través de los medios de comunicación". En *Razón y Palabra*, N° 44, mayo 2005, México, Herder.
- GORDON LÓPEZ, A.J. (2005): *Jóvenes y cultura Messenger*, Madrid, Injuve.
- HAHN, J. (1994): *Internet, Manual de referencia*, Madrid, Osborne/McGraw-Hill.
- HERSENT, F. (2005): "La cultura adolescente", Jornadas de bibliotecas, infantiles, juveniles y escolares, 'Pero, ¿qué leen los adolescentes'. En el *Boletín de la Fundación GSR*.
- HARRIS, M. (1999): *Antropología*, Madrid, Alianza Editorial.
- HAVIGHURST, R.J. (1972): *Developmental tasks and education*, New York, David McKay.
- HEREROS VÁZQUEZ, Fco. (2002): "¿Son las relaciones sociales una fuente de recursos? Una definición de capital social", *Papers*, N° 67, 2002, 129-147.
- HUIZINGA, J. (1954): *Homo Ludens*, Alianza Editorial, Madrid, 2000
- JOSSELYN, R. (1987): *Finding herself: Pathways to identity development in women*. San Francisco, Jossey-Bass.
- Jóvenes españoles 1999. Madrid: Fundación SM.
- KAGELMANN Y WENNINGER (1986). *Psicología de los medios de comunicación*. Barcelona.

- KATZ, James E. & RICE, Ronald E. (2002): *Consecuencias sociales del uso de Internet*, Barcelona: Editorial UOC, 2005.
- LAHEY, B. B. (1999): *Introducción a la Psicología* (6ª ed.), Chicago, Mc. Graw Hill.
- LÉVY, Pierre (1999): *Cibercultura*, San Pablo, Ed. 34.
- LIVINGSTONE, S & BOVILL, M. (1999): *Young people and new media*. London School of Economics and Political Science. London.
- London. UCL Press.
- LOPE PEÑA, A. (1996): *Innovación tecnológica y cualificación*, Madrid, CES.
- 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.
- MATILLA, A. y RIVERA, M.J. (coord.). Libro interactivo Educación para la comunicación: televisión y multimedia. Madrid: UNICEF/UCM.
- McLUHAN, M y B.R. POWERS (1989) *La Aldea Global*, Barcelona: Editorial Gedisa,
- MEAD, M. (194): *Cultura y compromiso: estudio sobre la ruptura generacional*, Buenos Aires, Granica.
- MEAD, M. (1974): "Adolescence". In H.V. Kraemer (ed.), *Youth and culture: A human development approach*, Monterey, CA: Books, Cole.
- MEYROWITZ, J. (1984): *No sense of place*. New York, Oxford University Press.
- MIRET, Pau y PÉREZ DÍAZ, J. (2007): "La sociología de las edades", En Pérez Yruela, *Sociología en España*, Madrid, CIS.
- MORAL, Félix e IGARTUA, Juan José (2005). *Psicología social de la comunicación*.
- NARAYAN, DEEPA Y PRITCHETT, LAND (2000): "Social Capital: Evidence and Implications" En DASGUPTA, P. et al (eds.) *Social Capital: A multifaceted Perspective* (Washington, D.C.; The World Bank), 269-295
- PAPERT, S. (1996): *La Familia Conectada padres, hijos y computadoras* Buenos Aires: Emece Editores, 1997
- PEÑAFIEL, Carmen y López, Nereida (2005): *Claves para la Era Digital*, Bilbao, Universidad del País Vasco.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (2000): *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Nuevos lenguajes y conciencia crítica, Barcelona: Paidós.
- PUTNAM, Robert et al, (1994): *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*. Princeton, Princeton University.
- REQUENA, M. (1998): "Familia y cambio social en las sociedades avanzadas", en José TEZANOS, Félix y SÁNCHEZ, Rosario (eds.) *Tecnología y sociedad en el nuevo siglo*, Madrid, Ed. Sistema.
- RICE, F.P. (1998): *Desarrollo Humano*. Estudio del ciclo vital, México, Pearson.
- RIFKIN, Jeremy (2005): *La era del acceso*, Barcelona, Paidós.
- RIFKIN, Jeremy (1997): *El fin del trabajo*, Barcelona, Paidós.
- RÍO PEREDA, Pablo del (2000): *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid.
- RITZER, G. (1996): *La McDonalización de la sociedad, un análisis de la racionalización de la vida cotidiana*, Madrid, Ariel.
- RIVERA, M.M. (1997): *El fraude de la igualdad*, Barcelona, Planeta.
- RODRIGUEZ, E. y MEGÍAS, I. (2002). *Jóvenes y videojuegos*. Madrid: FAD/INJUVE.

- RUBIO GIL, A y Grupo 3 estudios (2007): *Las revistas juveniles*, Madrid, CIDE, IM.
- RUBIO GIL, A. (2001): *Los recursos humanos en el sector turístico español*, Barcelona, Ariel.
- RUBIO GIL, A. (2006): *Remedios para el mal de amores*, Barcelona, Amat editorial.
- RUSHKOFF, D. (1999): *Playing the Future: What We Can Learn from Digital Kids*, New York: Berkley Publishing Group.
- SALTZMAN, J. (1989): *Equidad y Sexo, una teoría integrada de estabilidad y cambio*, Madrid, Cátedra.
- SARTORI, (1998): *Homo Videns: la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo Videns: la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- SEFTON-FREEN, J. (1998). *Digital diversions: Youth culture in the age of multimedia*.
- SILVA, Marco (2005): *Educación Interactiva*, Barcelona, Gedisa.
- TAPSCOTT, D. (1998): *Creciendo en un entorno Digital* Mc Graw-Hill, 1999.
- TORRES, Esteban; CONDE, Elena y RUÍZ, Cristina (2002). *Desarrollo humano en la sociedad audiovisual*, Alianza.
- TURKLE, S. (1995): *La vida en pantalla: La identidad en la era de Internet* Barcelona: Paidós, 1997.
- VATTIMO, G. (1989): *La sociedad transparente*, Barcelona: Paidós, 1994.
- WEAVER, D. (ed.), *The Global Journalist: News People Around the World*, Nueva York, Hampton Press, 1998.

- Cuadro 1. Lugar de encuestación 1.
- Cuadro 2. Lugar de encuestación 2.
- Cuadro 3. Población Española de 15 a 25 años.
- Cuadro 4. ¿En dónde sueles conectarte a Internet?
- Cuadro 5.A) y 5.B).A la pregunta ¿en qué medida utilizas Internet para las siguientes cuestiones? los resultados de la muestra total han sido los siguientes:
- Cuadro 6. ¿Qué oportunidades crees que puede propiciar el acceso a Internet?
- Cuadro 7. ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet?
- Cuadro 8. Consumo de Medios según grupos de edad
- Cuadro 9. Consumo de medios impresos a través de Internet
- Cuadro 10. Consumo de radio a través de Internet
- Cuadro 11. Consumo de publicaciones en la primera adolescencia (10-15)
- Cuadro 12. Revistas de ordenadores que más leen los chicos
- Cuadro 13. ¿Sueles consultar algún tipo de publicación en la Red?
- Cuadro 14. ¿Podrías decirme de qué tipo de son las publicaciones que consultas?
- Cuadro 15. ¿En qué medida utilizas Internet para aprender en general?
- Cuadro 16. ¿En qué medida utilizas Internet para las siguientes cuestiones?
- Cuadro 17. En dónde suelen conectarse jóvenes y adolescentes a Internet
- Cuadro 18. En dónde suelen conectarse chicos y chicas a Internet
- Cuadro 19. ¿Sueles conectarte sólo,-a o con amigos para compartir cosas, resolver dudas, etc.?
- Cuadro 20. ¿Por qué no utilizas Internet?
- Cuadro 21. ¿Conoces personas de tu edad que no lo utilicen habitualmente?
- Cuadro 22. ¿Qué tipo de páginas Web son las que visitas con más frecuencia?
- Cuadro 23. Buscadores, mensajería, correo electrónico. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (grupos de edad)

- Cuadro 24 Buscadores, mensajería, correo electrónico. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por sexos)
- Cuadro 25 Descarga de programas. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (grupos de edad)
- Cuadro 26 Descarga de programas. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por sexo).
- Cuadro 27 Aplicaciones de conectividad. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (grupos de edad).
- Cuadro 28 Aplicaciones de conectividad. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por sexos).
- Cuadro 29 Aplicaciones de promoción laboral. ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupos de edad).
- Cuadro 30 Aplicaciones de promoción laboral ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por sexo).
- Cuadro 31 Actividades educativas ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupo de edad).
- Cuadro 32 Actividades educativas ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por sexo).
- Cuadro 33 Portales de medios de comunicación ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupo de edad)
- Cuadro 34 Portales de medios de comunicación ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por sexo)
- Cuadro 35 Juegos, compras y otros ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupo de edad).
- Cuadro 36 Juegos, compras y otros ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupo de edad)
- Cuadro 37 Páginas relacionadas con la sexualidad ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupos de edad).
- Cuadro 38 Páginas relacionadas con la sexualidad ¿Podrías decirme con qué frecuencia lo utilizas? (por grupos de edad).
- Cuadro 39 ¿Qué oportunidades crees que puede propiciar el acceso a Internet?
- Cuadro 40A la pregunta: "Hablando en general de Internet: ¿podrías decirme qué significa para ti?". (grupos de edad)
- Cuadro 41 ¿Qué crees que significa Internet para las personas mayores? (grupos de edad).
- Cuadro 42 ¿"Hablando en general de Internet, ¿podrías decirme qué significa para ti y las personas de tu edad?" (por sexo).
- Cuadro 43 "Hablando en general de Internet: ¿qué crees que es Internet para las personas mayores?" (por sexo).
- Cuadro 44 ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet?
- Cuadro 45 ¿Con qué frecuencia quedas con personas desconocidas?
- Cuadro 46 ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet?
- Cuadro 47 ¿Qué tipo de páginas Web son las que visitas con más frecuencia?

ANEXOS

Índice de gráficos

Gráfico I Principales agentes socializadores de las relaciones intersexuales (preadolescentes de 10 a 15 años ambos sexos)

Gráfico II Consumo de revistas en los distintos tramos de edad

Gráfico III Impacto de Internet medios todas las edades.

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Sala de ordenadores colegio de clase media- baja barrio obrero (Málaga).
Biblioteca pública con sala de ordenadores centro urbano clase media (Córdoba).
Biblioteca Universidad con sala de ordenadores de Sevilla.
Cybercafé centro ciudad (Granada).
Biblioteca Pública municipio cinturón Sur de Granada.
Locutorio municipio cinturón Norte de Granada.
Centro Guadalinfo municipio rural Jaén.
Aula de Informática facultad de Ciencias Políticas Universidad de Granada.
Colegio de Enseñanza Secundaria cinturón de Granada, aula de informática.
Sala de ordenadores colegio de clase baja cinturón industrial (Madrid).
Biblioteca pública con sala de ordenadores barrio clase media, El Pilar, (Madrid).
Biblioteca Universidad Periodismo con sala de ordenadores Centro urbano de Madrid.
Cybercafé Gran Vía, centro ciudad (Madrid).
Locutorio pueblo turístico de la Sierra de Madrid.
Aula cultura ayuntamiento pueblo pequeño (La Rioja).

ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Chico de 19 años trabajador (reponedor) Centro Comercial. Málaga Capital.
Chica de 23 años alumna de Universidad. Jaén.
Chico de 22 años trabajador emigrante en cafetería. Sevilla.
Chica de 20 años trabajadora estudiante clase media. Granada.

Chico de 16 años estudiante clase media Córdoba.
Chica de 25 años que trabaja y estudia barrio clase obrera Cádiz.
Chica de 17 años trabajadora de centro comercial. Guadalajara.
Chico de 24 años alumno Universidad Jurídicas. Madrid.
Chica de 22 años trabajadora emigrante polaca en tienda de moda. Madrid Noreste.
Chico de 21 años emigrante ecuatoriano cafetería Sur, Madrid.
Chico de 18 años trabajador y estudiante clase media. Pueblo Madrid Oeste.
Chico de 15 años estudiante clase alta Madrid centro.
Chica de 19 años que trabaja y estudia Publicidad pueblo industrial Madrid Sur.
Madre con hijos jóvenes pueblo grande de La Rioja.
Padre con hijos adolescentes pueblo grande de Navarra.
Director de colegio cinturón industrial Sur de Madrid.
Chico 24 años estudiante zona residencial Noroeste Madrid.
Chico 23 años estudiante universitaria y trabajadora pueblo zona sur Madrid.
Chico 18 años estudiante universitario Turismo Universidad Bella Terra Barcelona.
Chico 16 años estudiante pueblo turístico de Valencia (Altea).

ANEXOS

CUESTIONARIO

Para. Prfa. Dra. Ángeles Rubio

ESTUDIO: 92031

Entrevistador/a _____ **Nº cuestionario** _____

Municipio _____

Centro/Punto de encuestación _____

Se está realizando un estudio para conocer la opinión de los chicos y chicas de 15 a 25 años en aspectos relacionados con sus hábitos en Internet. Por este motivo, solicitamos tu colaboración y te la agradecemos anticipadamente, garantizándote el más absoluto anonimato y secreto de tus respuestas, en cumplimiento de las leyes sobre secreto estadístico y protección de datos personales.

P 1. ¿Qué significa Internet para ti y las personas de tu edad? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

- ☐ Algo imprescindible
- ☐ Una forma de estar en el mundo
- ☐ Una fuente de oportunidades
- ☐ Una utilidad
- ☐ Modernidad/avance
- ☐ Comunicación
- ☐ Algo prescindible
- ☐ Una dependencia y un peligro
- ☐ Algo inútil
- ☐ No lo utilizo nunca (PASAR A P 1a.)

P 1a. ¿Y por qué crees que no lo utilizan?

- ☐ Porque no les interesa
- ☐ Por falta de medios
- ☐ Porque no saben utilizarlo
- ☐ Por miedo
- ☐ OTROS:.....

P 2. ¿Y para las personas mayores? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

- ☐ Algo imprescindible
- ☐ Una forma de estar en el mundo
- ☐ Una fuente de oportunidades
- ☐ Una utilidad
- ☐ Modernidad/avance
- ☐ Comunicación
- ☐ Algo prescindible
- ☐ Una dependencia y un peligro
- ☐ Algo inútil
- ☐ No lo utilizan nunca
- ☐ No saben que existe

P 3. ¿En qué medida utilizas Internet para las siguientes cuestiones, teniendo en cuenta que 0 sería nunca y 5 siempre?

- ☐ Para relacionarte
- ☐ Para divertirte
- ☐ Realizar compras
- ☐ Buscar información en general
- ☐ Descargar música /películas

- ☐ Buscar viajes
- ☐ Para aprender en general
- ☐ Para encontrar oportunidades

P.4. A continuación puedes ver un listado de opciones en la RED, ¿podrías decirme con qué frecuencia las utilizas?

	Visitas a menudo	Has entrado alguna vez	Nunca las has visitado
Google, buscadores	☐	☐	☐
Messenger, skype	☐	☐	☐
Correo electrónico	☐	☐	☐
Descarga música videos (emule/youtube)	☐	☐	☐
Chats - foros	☐	☐	☐
Redactando y visitando Blogs, my space...	☐	☐	☐
Portales de amor y encuentros	☐	☐	☐
Descarga música y videos (emule, youtube)	☐	☐	☐
Juegos y videojuegos	☐	☐	☐
Redes sociales: twenty, Xing, etc.	☐	☐	☐
Juegos sociales: second life, world war	☐	☐	☐
Descargas software	☐	☐	☐
Descargas libros y apuntes	☐	☐	☐
Web deportivas	☐	☐	☐
Web musicales	☐	☐	☐
Radios	☐	☐	☐
Periódicos y revistas	☐	☐	☐
Información sexual	☐	☐	☐
Web eróticas	☐	☐	☐
Compraventa: ebay	☐	☐	☐
Buscando viajes entradas espectáculos	☐	☐	☐
Compañías móviles	☐	☐	☐
Proveedores tecnología	☐	☐	☐
Cursos: búsqueda	☐	☐	☐

Cursos: realización	☐	☐	☐
Bibliotecas y bases documentales	☐	☐	☐
Enciclopedias y búsquedas términos	☐	☐	☐
Bolsa de trabajo y becas	☐	☐	☐
Juegos de azar	☐	☐	☐

P 5. ¿En dónde sueles conectarte a Internet? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

- ☐ En casa en tu habitación
- ☐ En casa de amigos o familiares
- ☐ En el Colegio/instituto o la universidad
- ☐ En aulas o bibliotecas públicas
- ☐ En cibercafés o locutorios
- ☐ Trabajo
- ☐ Otros: ANOTAR.....

P 6. ¿Qué problemas crees que puede propiciar la utilización de Internet? NO SUGERIR (RESPUESTA MÚLTIPLE):

- ☐ Ninguno importante
- ☐ Aislamiento social
- ☐ Superficialidad
- ☐ Déficit de atención
- ☐ Tecnoadicciones
- ☐ Contacto con desconocidos
- ☐ Bullying y comentarios denigrantes
- ☐ Enamorarse inconvenientemente
- ☐ Sectas
- ☐ Problemas con la pareja
- ☐ Cibersexo
- ☐ Aislamiento de familiares y amigos
- ☐ Exposición a imágenes denigrantes
- ☐ Exposición a la violencia
- ☐ Ser víctima de fraudes y delitos
- ☐ Realizar fraudes y delitos
- ☐ Otros: ANOTAR.....

P 7. De la misma manera, ¿qué oportunidades crees que puede propiciar el acceso a Internet?:

- ☐ Comunicación con todo el mundo
- ☐ Relacionarse sin límites
- ☐ Información
- ☐ Diversión
- ☐ Libertad
- ☐ Oportunidades para dar tu opinión
- ☐ Participación
- ☐ Encontrar trabajo
- ☐ Cibersexo
- ☐ Sentirse parte de algo
- ☐ Más solidaridad
- ☐ Defensa de derechos
- ☐ Ninguna

P 8. ¿Conoces personas de tu edad que no utilicen Internet habitualmente?

- ☐ No (pasar a P 8a.)
- ☐ Sí (pasar a P9)

P 8a. ¿Y por qué crees que no lo utilizan?

- ☐ Porque no les interesa
- ☐ Por falta de medios
- ☐ Porque no saben utilizarlo
- ☐ Por miedo
- ☐ OTROS:.....

P 9. ¿Qué tipo de páginas Web son las que visitas con más frecuencia?

- ☐ Relaciones sociales / comunidades
- ☐ Descarga música/películas
- ☐ Descarga de programas
- ☐ Información general
- ☐ Deportivas
- ☐ Chats
- ☐ Apuestas on line
- ☐ Juegos on line
- ☐ De sexo
- ☐ Turismo/viajes
- ☐ Compra de entradas

- ☐ Formación
- ☐ Correo electrónico – mensajería instantánea
- ☐ Información para estudios
- ☐ Ninguna en especial
- ☐ Otras:.....

P.10. A continuación voy a mencionarte una serie de conductas relacionadas con la utilización de Internet, ¿podrías decirme con qué frecuencia las realizas, teniendo en cuenta que 1 sería nunca y 4 frecuentemente?

- ☐ Utilizar sistemas de mensajería instantánea
- ☐ Quedar con desconocidos
- ☐ Enviar información personal, fotos, etc., a desconocidos
- ☐ Intercambiar información en comunidades

P 11. ¿Sueles consultar algún tipo de publicación en la red?

- ☐ No (pasar a DATOS DE CLASIFICACIÓN)
- ☐ Sí (pasar a P 12.)

P 12. ¿Podrías decirme de qué tipo son las publicaciones que consultas?

- ☐ Periódicos de información general
- ☐ Periódicos de información deportiva
- ☐ Revistas musicales
- ☐ Revistas del corazón
- ☐ Información oficial (BOE y similares)
- ☐ Publicaciones privadas (blogs)
- ☐ OTROS:.....

DATOS DE CLASIFICACIÓN:

C1. Sexo:

- Chico 1
- Chica 2

C2. Edad:

C3. Nivel de Estudios Finalizados:

- Educación Obligatoria 3
- Bachillerato y similares 4

- Ciclos medios	5
- Ciclos superiores	6
- Primer ciclo de estudios universitarios ...	7
- Diplomatura	8
- Licenciatura	9

C4. Ocupación:

- Estudiante	1
- En paro	2
- Trabaja sólo en el hogar	3
- Trabajador por cuenta ajena	4
- Trabajador por cuenta propia	5
- Trabajo a tiempo parcial	7
- Beca de prácticas	8
- Función Pública	9
- Otros	10

DATOS DE CONTROL

Fecha: _____

Hora: _____

Nombre: _____

Teléfono: _____

Fdo. Profa. Dra. M^a Ángeles Rubio Gil

Madrid, 4 de Noviembre de 2008

→ estudios

Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad

Si un fenómeno caracteriza la juventud del siglo XXI ese es la adopción que ha realizado de Internet como medio amigo, favoreciendo el avance telemático en el ámbito doméstico y en los espacios de ocio.

Mas abierta al conjunto de oportunidades que éste Medio representa, que al temor a los riesgos que en ocasiones suelen asociarse con la Red, las y los jóvenes se identifican con ella, se sienten, y de hecho son, generadores del cambio de hábitos y costumbres en su uso.

Hablar de los adolescentes y jóvenes en la Red, es hacerlo al mismo tiempo de los nuevos aspectos definitorios de éste grupo social: con gustos y preferencias globalizadas (en la música, la moda, las subculturas juveniles), acceso a las nuevas tecnologías y un dominio de las mismas muy superior al de sus mayores, equiparación entre los sexos, mayor movilidad geográfica, dominio del inglés como lengua común, comunicación y servicios en “tiempo real”, hegemonía de la imagen y lo audiovisual y las nuevas formas de expresión asociadas, o las nuevas formas de relación.

Por todo ello, el objeto de este estudio es analizar el impacto de Internet en la adolescencia y juventud (de 15 años a 25 años), conocer la naturaleza de su uso: qué buscan, qué es lo que encuentran y cómo lo conceptualizan y que tipo de nuevas oportunidades ofrece para la información, la formación y el ocio.